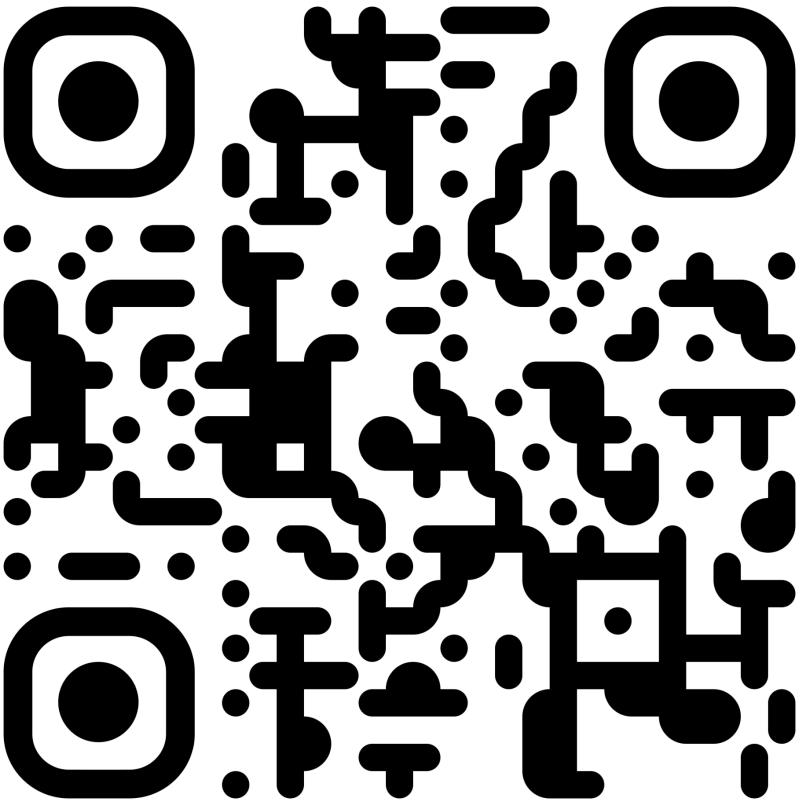


UNIWERSYTET MARII
CURIE-SKŁODOWSKIEJ
W LUBLINIE
Wydział Politologii i Dziennikarstwa

Kierunek: **Produkcja medialna**
Specjalność: **Multimedia**

Cyprian Bartosiewicz
Nr albumu: 314824

Ewolucja programów kulinarnych Roberta Makłowicza w latach 1998-2024

Praca licencjacka
napisana w Pracowni Badań nad Instytutem Literackim w Paryżu UMCS
pod kierunkiem dr Justyny Maguś

LUBLIN ROK 2025

Spis treści

Wstęp....4
Rozdział 1. Fenomen Roberta Makłowicza....6
1.1. Sylwetka Roberta Makłowicza....6
1.2. Geneza i rozwój programów....11
1.3. Makłowicz jako osobowość medialna....15
Rozdział 2. Ewolucja gatunkowa programów Roberta Makłowicza....21
2.1. Reportaże kulinarne (1998-2008)....21
2.2. Rozwój koncepcji podróżniczej (2008-2019)....23
2.3. Adaptacja do nowych mediów (2020-2024)....25
Rozdział 3. Analiza programów Roberta Makłowicza....29
3.1. Metodologia badawcza....29
3.2. Podstawa materiałowa....30
3.2.1. Podróże kulinarne Roberta Makłowicza....30
3.2.2. Makłowicz w podróży....35
3.2.3. Makłowicz w drodze....40
3.2.4. Makłowicz w Polsce....44
3.2.5. Autorski kanał Roberta Makłowicza na YouTube....46
3.3. Wyniki badań i ich interpretacja....50
3.3.1. Główne wnioski....50
3.3.2. Reakcje widzów na zmiany w formule....54
Zakończenie....60
Bibliografia....62
Materiały audiowizualne....62
Opracowania i artykuły....65
Spis tabel....67
Spis ilustracji....67
Spis wykresów....67
Aneks....68
Klucz kategoryzacyjny....69
Odpowiedzi na ankietę....72

Wstęp

Robert Makłowicz to jedna z najbardziej rozpoznawalnych postaci telewizyjnych w Polsce. Jego programy nie tylko edukowały w sprawach kulinarnych, ale łączyły je również z historią i kulturą. Przez ponad 25 lat działalności medialnej stał się autorytetem i ikoną popkultury, o czym świadczyć może chociażby jego międzypokoleniowa rozpoznawalność, aktywność w mediach społecznościowych, a także memiczność.

Programy kulinarne w latach 90. i 2000. miały charakter tradycyjny. Obecnie koncentrują się na storytellingu i interakcji z widzami. Makłowicz przeszedł drogę od telewizji publicznej do własnego kanału na YouTube, co pokazuje, jak zmieniają się sposoby dystrybucji treści w mediach. Warto zbadać, jak te zmiany wpłynęły na sposób prowadzenia programów, ich treść i odbiór przez widzów.

Pomimo ogromnej popularności Roberta Makłowicza, nie przeprowadzono jak dotąd szczegółowej analizy zmian w jego programach pod kątem struktury, narracji i wpływu na odbiorców. Istnieje wiele prac na temat ewolucji programów kulinarnych w ogóle, ale brakuje badań dotyczących twórcy, który przez dekady wyznaczał standardy w tym gatunku. Praca ta może wypełnić tę lukę i stanowić cenny wkład w badania nad mediami i kulturą kulinarną w Polsce.

Celem niniejszej pracy jest zbadanie tego, jakie zmiany strukturalne i narracyjne zaszły w programach Roberta Makłowicza na przestrzeni lat 1998–2024, i jak wpłynęły one na rozwój formy i treści tych programów? Analiza ma charakter porównawczy i obejmuje zarówno aspekty treściowe jak i techniczne. Szczególną uwagę poświęcono sposobowi prowadzenia narracji przez samego Makłowicza oraz zmianom w jego relacji z widzem.

Za hipotezę badawczą przyjęto stwierdzenie, że zmiany strukturalne i narracyjne w programach Roberta Makłowicza w latach 1998–2024 odzwierciedlają ewolucję oczekiwań widzów oraz adaptację do nowych mediów i trendów kulturowych.

W celu zrealizowania problemu badawczego wykorzystano metodę analizy zawartości w oparciu o klucz kategoryzacyjny. Ważnym dopełnieniem była metoda sondażowa, która pozwoliła zbadać poziom percepcji odbiorców programów Makłowicza. Dodatkowo zastosowano także metodę *desk research* w odniesieniu do raportów i istniejących analiz.

Praca składa się z trzech rozdziałów, z czego dwa pierwsze mają charakter teoretyczny, natomiast trzeci jest rozdziałem badawczym. W pierwszym rozdziale przybliżono sylwetkę Roberta Makłowicza, genezę i rozwój jego programów, a także

omówiono jego rolę jako osobowości medialnej. Rozdział drugi koncentruje się na przemianach formatu programów w kluczowych okresach działalności twórcy. Każdy z podrozdziałów omawia zmiany narracyjne i techniczne charakterystyczne dla danego okresu. W rozdziale trzecim przedstawiono metodologię badawczą oraz podstawę materiałową, a następnie przeprowadzono analizę porównawczą wybranych programów. Pracę kończy interpretacja wyników oraz omówienie przeprowadzonej ankiety, której celem było poznanie opinii widzów na temat zmian w formule programów Roberta Makłowicza.

W pracy wykorzystano istniejącą literaturę przedmiotu z obszaru genologii dziennikarskiej, wizerunku medialnego oraz różnorodne opisy biograficzne na temat Roberta Makłowicza. Kluczowe znaczenie miały analizowane materiały źródłowe, a także przywołane analizy i raporty.

Przedstawione ujęcie problemowe jest próbą nakreślenia w jaki sposób kultowy program może stać się ponadczasowym zjawiskiem medialnym, efektywnie reagując na zmiany współczesnego rynku medialnego. Mimo, że praca koncentruje się na jednym, unikatowym twórcy, może stać się podstawą do dalszych badań, poszerzających perspektywę interpretacyjną w wyznaczonym obszarze.

Rozdział 1. Fenomen Roberta Makłowicza

1.1. Sylwetka Roberta Makłowicza

Robert Witold Makłowicz urodził się 12 sierpnia 1963 roku w Krakowie[1]. Jego życie i kariera są silnie zakorzenione w bogatej historii rodzinnej. Rodzina Makłowicza jest przykładem wielonarodowego dziedzictwa – babcia ze strony ojca była Ukrainką, prababcia Ormianką, natomiast od strony matki miał babcię Węgierkę i dziadka Austriaka. Ojciec Roberta, Włodzimierz Makłowicz, który mieszkał na Ukrainie, w czasie II wojny światowej wyjechał do Niemiec, a następnie do Belgii. Po zakończeniu wojny osiedlił się u swojej ciotki w Krakowie, gdzie poznał przyszłą żonę – matkę Roberta – Beatę Preiss[2]. Sam Robert Makłowicz dużo czerpie z kultury swojej rodziny, szczególnie upodobał sobie zwyczaje Ormian – „W tym obrządku brałem ślub i chrzciłem dzieci: Mikołaja i Ferdka”[3], choć widoczny wpływ miała również krew Austro-Węgierska. W domu rodzinnym wiele rzeczy robiło się według porządku sprzed pierwszej wojny światowej, używało zastawy z tamtych czasów, a od babci podpatrzył zamiłowanie do monarchii habsburskiej – „Jak tylko działo się coś skandalicznego, babunia mówiła: »No tak, ci bolszewicy… Za nieboszczki Austrii nie do pomyślenia«”[4]. Aczkolwiek sam Makłowicz mówi, że historią zainteresował się dzięki swojemu wykładowcy: „To dzięki Wacławowi Felczakowi [...] zainteresowałem się historią polityczną i społeczną monarchii habsburskiej [...] i teraz Was tymi sprawami bezustannie oraz bezlitośnie prześladuję”[5]. Tradycje i przepisy, które przejął od swoich przodków stosuje również w kuchni, zarówno prywatnie, jak i pokazując w swoich programach.

> „Ormiańskie gotowanie przypomina trochę gotowanie po turecku. Stąd moje umiłowanie do gołąbków w liściach winogron, bakłażanów, pilawu. Natomiast z pokolenia na pokolenie przechodził w naszej rodzinie jeden ormiański przysmak. [...] Do dziś stosujemy to w domu i najlepsze kołduny podaje się w rosole, zaprawionym śmietaną i tym specjałem”[6].

---

[1] R. Makłowicz, *O mnie*, https://www.maklowicz.pl/o-mnie/, [dostęp: 06.12.2024].
[2] M. Huzarska-Szumiec, *Splątane korzenie: Robert Makłowicz*, https://web.archive.org/web/20140826191759/http://media.wp.pl/kat,1022939,page,3,title,Splatane-korzenie,wid,9906496,wiadomosc.html?ticaid=113555&_ticrsn=3, [dostęp: 06.12.2024].
[3] W. Sulisz, *Rozmowa z Piotrem Bikontem i Robertem Makłowiczem*, https://www.dziennikwschodni.pl/kuchnia/rozmowa-z-piotrem-bikontem-i-robertem-maklowiczem,n,1000052188.html [dostęp: 22.12.2024].
[4] W. Bonowicz, *Życie należy sobie umilać*, „Tygodnik Powszechny” 2024, nr 17-18, s. 30-35.
[5] R. Makłowicz, *Café Museum*, Wysoki Zamek, Kraków 2021, s. 15.
[6] W. Sulisz, *Rozmowa z Piotrem Bikontem i Robertem Makłowiczem*, https://www.dziennikwschodni.pl/kuchnia/rozmowa-z-piotrem-bikontem-i-robertem-maklowiczem,n,1000052188.html [dostęp: 22.12.2024].

Mimo, że woli być jednak kojarzony z południem, tłumacząc się następująco: „włosy mam czarne, wzrost nikczemny, od smalcu wolę oliwę, a błękit ciepłego morza przedkładam nad białe noce i zorzę polarną”[7], to dzięki swoim korzeniom i wychowaniu w wielokulturowej rodzinie, Robert Makłowicz ma swobodne podejście do narodowości i zdaje się być kosmopolitą – „Mogę być i Polakiem, i Węgrem, i Chorwatem, [...] kilkoma z nich naraz, lecz nigdy jednym z osobna. Noszę bowiem w genach wielokulturową spuściznę [...]”[8]. Mając takie podejście, często krytykuje idee nacjonalizmu, twierdząc, że jest to „straszliwa trucizna”[9] i stawianie swojego kraju na piedestale, tylko dlatego, że się w nim urodziło, uważa za błąd. Z tego samego powodu często chwali Unię Europejską i wielokrotnie podkreśla zalety przynależności do niej[10], edukuje osoby, które nie znają czasów, kiedy Polska nie należała do Unii, tłumacząc różnice, opowiadając o swoich doświadczeniach oraz namawia do aktywnej partycypacji w wydarzeniach, takich jak chociażby do udziału w wyborach do europarlamentu w roku 2024[11].

W latach 1982–1989 Robert Makłowicz studiował prawo i historię na Uniwersytecie Jagiellońskim. Żadnego z tych kierunków nie ukończył, ponieważ oprócz chęci zdobywania wiedzy, jednym z głównych motywów jego studiowania była potrzeba uniknięcia zasadniczej służby wojskowej, który to motywator zniknął po zniesieniu tegoż obowiązku[12]. Niemniej, zauważyć można, że naturalne zainteresowanie historią wpłynęło na tematy i sposób prowadzenia jego programów, gdzie często nawiązuje do historii Austro-Węgier, wspomina Habsburgów, szczególnie często nawiązuje do cesarza Franciszka Józefa I oraz arcyksięcia Franciszka Ferdynanda, a także opowiada o kulturze i historii opisywanych przez siebie miejsc nie ze scenariusza, a z głowy[13], wykorzystując nabytą wiedzę. Po zakończeniu edukacji, na przełomie 1989 i 1990 roku, wyjechał za granicę pracować na budowach, głównie w Londynie,[14] a także w Belgii, gdzie miał okazję zapoznać się z bogactwem i różnorodnością kuchni różnych regionów świata, co pomogło poszerzyć perspektywę kulinarną, wpłynęło na wyczucie i znajomość tematu, a także

[7] P. Bikont, R. Makłowicz, *Stół z niepowyłamywanymi nogami*, Znak, Kraków 2007, s. 81.
[8] R. Makłowicz, *Café Museum*, Wysoki Zamek, Kraków 2021, s. 20.
[9] R. Makłowicz, *Dalmacja, moje miejsce*, https://youtu.be/iVgI6_h0LkU?si=0QXvpzJpPSPhJExl [dostęp: 31.12.2024].
[10] R. Makłowicz*, W sercu Europy, https://youtu.be/eBUYpbkXF3s?si=1if1NHmqsRjwPqdw [dostęp: 10.12.2024]*.
[11] Parlament Europejski w Polsce, *Robert Makłowicz - wybory europejskie 2024*, https://youtu.be/fRTloE41aio?si=QEkD_vhZxMCWE5LR [dostęp: 01.01.2025].
[12] R. Makłowicz, O mnie, https://www.maklowicz.pl/o-mnie/, [dostęp: 06.12.2024].
[13] M. Sosnowski, *Poziom smaku,* „Press” 2004, nr 8, s. 22.
[14] S. Milan, *Wszystko na jedną kartę*, Publicat, Poznań 2008, s. 62.

wzbudziło w nim pragnienie poznania i niezamykania się na obce kultury[15]. W wywiadzie z Sylwią Milan ujawnił, że wszystkie pieniądze, które zarobił w Wielkiej Brytanii wydał w restauracjach, traktując to jako inwestycję, która ukierunkowała go zawodowo.

> „Pracując blisko rok w UK, skrupulatnie i na bieżąco wydawałem wszystkie zarobione pieniądze w chińskich, tajskich, hinduskich i włoskich knajpach Londynu. Była to kapitalna inwestycja w siebie, bowiem wróciłem do Polski w 1990 roku z wielkim bagażem kulinarnej wiedzy oraz doświadczeń. [...] Postanowiłem zostać krytykiem kulinarnym i najogólniej rzecz biorąc, nadal nim jestem"[16].

W 1991 r., po powrocie do Polski, ożenił się z Agnieszką Pogodą, która w przyszłości miała zostać producentką jego programów. Rok później urodził im się pierwszy syn – Ferdynand, a w 1996 r. kolejny – Mikołaj[17]. W międzyczasie Robert Makłowicz rozpoczął pracę w krakowskim dodatku do *Gazety Wyborczej,* gdzie zajmował się przede wszystkim pisaniem recenzji kulinarnych, co stanowiło początek jego kariery w dziedzinie gastronomii. Z redakcji tej zwolniono go w 2000 r. za liczne nieobecności na porannych kolegiach[18].

W latach 1993-2000 Makłowicz pracował również jako felietonista *Gazety Wyborczej*, następnie w latach 2002-2005 współpracował z tygodnikiem *Wprost*, a następnie *Newsweek Polska*. Jego teksty, często pisane były wspólnie z Piotrem Bikontem – reżyserem filmowym i jednym z pionierów polskiej krytyki kulinarnej. Był on bliskim współpracownikiem i serdecznym przyjacielem Roberta Makłowicza. Felietony te były spostrzeżeniami Makłowicza na temat tradycji kulinarnych, w które Bikont wplatał elementy historyczne. Przyczyniły się one do popularyzacji tematów kulinarnych oraz zgodnie z ich filozofią łączyły je z kulturą i historią. Wspólne projekty Roberta Makłowicza i Piotra Bikonta obejmowały również książki, w których między przepisami często wplatane były historie i anegdoty dotyczące konkretnych dań lub ich składników pisane w charakterystyczny dla duetu Bikonta i Makłowicz, humorystyczny sposób.

Robert Makłowicz napisał również wiele książek, zarówno kucharskich, jak i swobodniejsze formy, które zawierają anegdoty i opowiadania. Przykładowymi tekstami

---

[15] R. Makłowicz*, W sercu Europy,* https://youtu.be/eBUYpbkXF3s?si=1if1NHmqsRjwPqdw [dostęp: 10.12.2024].
[16] S. Milan, *Wszystko na jedną kartę*, Publicat, Poznań 2008, s. 62.
[17] W. Sulisz, *Rozmowa z Piotrem Bikontem i Robertem Makłowiczem*, https://www.dziennikwschodni.pl/kuchnia/rozmowa-z-piotrem-bikontem-i-robertem-maklowiczem,n,1000052188.html [dostęp: 22.12.2024].
[18] R. Makłowicz, *O mnie*, https://www.maklowicz.pl/o-mnie/, [dostęp: 06.12.2024].

Makłowicza są *Café Museum*, *Czy wierzyć platynowym blondynkom?*, *Fuzja smaków. Azja południowo-wschodnia*, czy *Dalmacja*. Jego książki kucharskie, oprócz samych przepisów, przedstawiają również historie związane z konkretnymi potrawami. W książce *C.K. Kuchnia* chociażby można przeczytać o kulinarnych perypetiach z czasów Austro-Węgier – opowieściach, w których każdy przepis poprzedzony jest barwną anegdotą o monarchach, arcyksiążętach oraz zwykłych obywatelach monarchii, co nadaje potrawom dodatkowy historyczny wymiar.

W tabeli poniżej znajduje się spis publikacji Roberta Makłowicza uwzględniający tytuł i rok wydania oraz ewentualne współautorstwo:

Tytuł	**Autor**	**Rok wydania**
CK kuchnia	Robert Makłowicz	1995
Listy pieczętowane sosem, czyli gdzie karmią najlepiej w Polsce. Przewodnik	Robert Makłowicz, Piotr Bikont	2001
Zjeść Kraków, przewodnik subiektywny	Robert Makłowicz, Stanisław Mancewicz	2002
Prosto z pipy, przewodnik piwny.	Robert Makłowicz, Piotr Bikont	2003
Dialogi języka z podniebieniem. Książka kucharska	Robert Makłowicz, Piotr Bikont	2003
Czy wierzyć platynowym blondynkom?	Robert Makłowicz	2004
Smak Węgier	Robert Makłowicz	2006
Fuzja smaków. Podróże kulinarne Roberta Makłowicza	Robert Makłowicz	2007
Stół z niepowyłamywanymi nogami	Robert Makłowicz, Piotr Bikont	2007
Cykl książek kulinarnych „Kuchnia polska Makłowicza i Bikonta” (15 tomów)	Robert Makłowicz, Piotr Bikont	2007
Café Museum	Robert Makłowicz	2010

Smak łowi Makłowicz. Świat od przystawki do deseru	Robert Makłowicz	2014
Dalmacja	Robert Makłowicz	2016
Fuzja smaków. Azja południowo-wschodnia	Robert Makłowicz	2023

Tabela 1. Spis całościowy książek Roberta Makłowicza.

Źródło: opracowanie własne.

Oprócz zajmowania się kulinariami i podróżami, Makłowicz ujawniał także swoje zainteresowania muzyczne. W młodości wchodził w skład zespołu rockowego, a w latach 2020–2021 prowadził autorską audycję muzyczną *Od Punk Rocka Do Bartóka* w internetowej rozgłośni Newonce.radio[19], w której prezentował muzykę, którą dobierał pod temat odcinka, a między utworami opowiadał historie z tymi tematami związane w charakterystyczny dla siebie, gawędziarski sposób.

Makłowicz ma na koncie wiele nagród. W roku 2004 został wyróżniony nagrodą Wiktora[20] w kategorii *Osobowość telewizyjna* oraz sześciokrotnie nagrodzony Kulinarnym Oskarem[21]. Za swoją książkę *Café museum* otrzymał Srebrny Kałamarz[22]. W roku 2004 został odznaczony Srebrnym Krzyżem Zasługi za wzorowe wykonywanie swojej pracy. Dodatkowo, za przyczynienie się do rozpowszechniania kultur i gastronomii Austriackiej i Węgierskiej otrzymał Złotą Odznakę Zasługi dla Republiki Austrii w 2024 roku[23] oraz Krzyż Zasługi Republiki Węgierskiej w roku 2021[24].

Wspomnieni wcześniej synowie Roberta – Mikołaj i Ferdynand, wspólnie z ojcem w roku 2023 założyli firmę *Makłowicz i synowie,* która wprowadziła na rynek gotowe dania i półprodukty, będące jak informuje opis, „wynikiem olbrzymiej wiedzy kulinarnej Roberta Makłowicza w połączeniu z nowoczesnym i świeżym spojrzeniem młodszego

[19] R. Makłowicz, *Od Punk Rocka Do Bartóka*, https://newonce.net/podcast/od-punk-rocka-do-bartoka [dostęp: 09.12.2024].
[20] *Wiktory 2003 rozdane*, Money.pl, https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/wiktory;2003;rozdane,212,0,63188.html [dostęp: 21.12.2024].
[21] R. Makłowicz, *O mnie*, https://www.maklowicz.pl/o-mnie/, [dostęp: 06.12.2024].
[22] *Robert Makłowicz nagrodzony Srebrnym Kałamarzem 2010*, Money.pl, https://www.money.pl/archiwum/wiadomosci_agencyjne/pap/artykul/robert;maklowicz;nagrodzony;srebrnym;kalamarzem;2010,57,0,792633.html [dostęp: 13.01.2025].
[23] *Robert Makłowicz dostał odznakę za zasługi dla Austrii*, Polska Agencja Prasowa, https://www.pap.pl/aktualnosci/robert-maklowicz-dostal-odznake-za-zaslugi-dla-austrii [dostęp: 13.01.2025].
[24] J. Manicki, *Robert Makłowicz otrzymał za granicą nagrodę. U nas nikt o tym nie mówi*, www.o2.pl/informacje/robert-maklowicz-nagrodzony-doceniono-jego-prace-6618480808536704a [dostęp: 15.01.2025].

pokolenia”[25]. Poza wspólną działalnością, Mikołaj Makłowicz jest sommelierem (specjalistą i doradcą od win) i restauratorem oraz prowadzi własną firmę winiarską. Drugi syn – Ferdynand, ukończył studia prawnicze, jednak jest mniej obecny w mediach, a dostępne informacje na temat jego działalności poza zaangażowaniem w rodzinny biznes są ograniczone.

1.2. Geneza i rozwój programów

Przełomowym momentem w karierze Makłowicza była jego decyzja o rozpoczęciu pracy w telewizji. Nie był to wynik zaplanowanej kariery medialnej, lecz efekt osobistych zainteresowań. Początkowo był on przede wszystkim felietonistą i publicystą kulinarnym. Zyskał grono lojalnych czytelników dzięki charakterystycznemu stylowi, który łączył erudycję, gawędziarstwo i swobodny humor. Jego teksty są na pograniczu kulturoznawstwa i kulinariów dodatkowo przeplecione różnymi anegdotami, co wyróżniało go na tle innych autorów.

Na stworzenie autorskiego programu namówiła go żona. Ważnym aspektem jego powstania było nie tylko jej prywatne wsparcie, czy zainteresowanie Makłowicza tematem, ale również wyczucie rynku. Lata 90. w Polsce to okres intensywnej transformacji gospodarczej, w tym transformacji medialnej. Rozwijała się telewizja publiczna i komercyjna, poszukiwano nowych formatów, które mogłyby przyciągnąć widzów szukających alternatywy wobec dobrze już Polakom znanych programów, czy zagranicznych formatów rozrywkowych. Rosnące zainteresowanie podróżami, kulturami i zachodnim stylem życia stworzyły niszę, którą Makłowicz wypełnił niemal od razu po wejściu na antenę. Jego program zapełnił lukę między surowością programów kulinarnych i ubogą narracją programów podróżniczych. Programy kulinarne z tamtego okresu miały charakter instruktażowy, były nagrywane w sztucznych warunkach studyjnych i pozbawione elementu opowieści. W tym kontekście propozycja Makłowicza była przełomowa – nie tylko prezentował on kuchnię w sposób dynamiczny i narracyjny, ale również osadzał ją w kontekście społecznym i historycznym. W 1998 roku rozpoczął współpracę z TVP, tworząc programy kulinarno-podróżnicze, które szybko zdobyły ogromną popularność. O tym, jak zaczął je prowadzić, oraz jaki format prowadzenia programu go zainspirował, opowiadał w rozmowie z Karolem Paciorkiem:

[25] https://maklowiczisynowie.pl/historia-marki/ [dostęp: 13.03.2025].

> „Dostałem propozycję robienia programów kulinarnych, no bo pisałem o jedzeniu i hobbystycznie gotowałem, interesowało mnie to. I powiedziałem, że tak, bardzo chętnie, ale pod warunkiem, że będzie to wyglądało tak, jak robi to Keith Floyd[26]".

Inspiracja stylem Keitha Floyda[27] była nie tyle odwzorowaniem formatu, lecz przyjęciem pewnej postawy i sposobu opowiadania. Floyd jako jeden z pierwszych uznał, że kucharz, poza przygotowywaniem potraw może pełnić rolę przewodnika po kulturze. Robert Makłowicz przejął tę filozofię i dostosował ją do polskich widzów. W efekcie powstał jego własny, trudny do podrobienia charakter programów o tempie reportażu, formie eseju i stylu gawędy. W pewnym sensie był to pierwowzór dzisiejszych vlogów podróżniczych, choć wówczas realizowany w ramach tradycyjnej telewizji. Styl ten był na tyle charakterystyczny, że z czasem sam stał się wzorcem – pojawiły się próby jego naśladowania, jednak niewielu twórcom udało się osiągnąć podobny poziom autentyczności.

Nie chodziło przy tym jedynie o przyjęcie formatu, ale o pełną kontrolę nad treścią i przekazem. Makłowicz od samego początku traktował program jako autorski projekt, którego każdy element był jego decyzją. Jak sam podkreślał:

> „To ja się podpisuję pod programami, to ja za nie odpowiadam i to ja decyduję, co jest gotowane. Wara od tego, co pichcę. Oczywiście, nie jestem debilem i gdy jadę na Cypr, to nie robię tam kaszy gryczanej, tylko dania cypryjskie. Ale to właśnie nasz pomysł na program"[28].

Taka niezależność twórcza wyróżniała jego programy na tle produkcji telewizyjnych, które często podporządkowane były decyzjom redakcyjnym czy komercyjnym.

Choć początkowo Makłowicz nie miał doświadczenia z pracą przed kamerą, szybko wypracował własny sposób bycia, który stał się jego znakiem rozpoznawczym. Scenariusz powstawał często na miejscu[29], a ekipa była niewielka – co umożliwiało większą swobodę i improwizację. Choć realizacyjnie programy te różniły się od dużych produkcji telewizyjnych, nadrabiały to autentycznością. Już na etapie zdjęć tworzono charakterystyczny rytm programu, w którym ważna była nie tylko sama opowieść, ale i sposób jej prowadzenia. Sam Makłowicz nie odgrywał roli – po prostu był sobą. Nie

[26]K. Paciorek, *Robert Makłowicz: nie tylko koperek*, https://youtu.be/HndAz0gqDFU?si=-O0WTA-ICnTPcLsU [dostęp: 14.12.2024].
[27] https://www.britannica.com/biography/Keith-Floyd [dostęp: 25.01.2025].
[28] M. Sosnowski, *Poziom smaku,* „Press" 2004, nr 8, s. 22.
[29] Tamże.

stylizował się na kucharza, czy eksperta, lecz zachowywał swoją inteligencką, lekko ironiczną tożsamość, czym wzbudzał sympatię odbiorców i poczucie wiarygodności w tym co robi.

Nie bez znaczenia pozostaje także fakt, że Makłowicz świadomie unikał celebryctwa, mimo że mógłby z łatwością przekształcić swoją popularność w medialną karierę o szerszym zasięgu. Zamiast tego konsekwentnie trzymał się swojego formatu, pielęgnując swój wizerunek jako osoby kompetentnej w swojej dziedzinie, lecz nie wywyższającej się, a dzielącej się wiedzą. Ta konsekwencja w budowaniu marki osobistej, zanim jeszcze istniało takie pojęcie w polskiej przestrzeni medialnej, jest kolejnym powodem, dla którego jego programy przetrwały próbę czasu.

Nie można także pominąć roli widowni. Programy Makłowicza trafiały do bardzo szerokiego grona odbiorców, łącząc inteligencję z przystępnością. Oglądali je zarówno starsi i młodzi, osoby z miast i wsi. Była to forma telewizyjnego uniwersalizmu, który dzisiaj, w epoce algorytmów i personalizacji treści, stał się rzadkością. Makłowiczowi udało się stworzyć program, który był inkluzywny, ale nie powierzchowny, oraz popularny, ale nie trywialny.

Ważnym aspektem rozwoju programu była jego ewolucja organizacyjna. Pierwszy program, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*[30], był emitowany przez dekadę. Po początkowym okresie współpracy z TVP, Makłowicz założył wraz z żoną firmę producencką, co dało mu większą autonomię w realizacji pomysłów. W 2008 roku powstał nowy format – *Makłowicz w podróży*[31], który w jeszcze większym stopniu koncentrował się na wątkach kulturowych i podróżniczych. Program zyskał bardziej rozbudowaną strukturę narracyjną i lepsze zaplecze realizacyjne. Nie zmienił się jednak jego charakter – nadal był to format autorski, oparty na osobowości i wiedzy Makłowicza. W każdym odcinku prezentowana była kuchnia charakterystyczna dla różnych zakątków świata. Makłowicz przedstawiał specyfikę kulinarną odwiedzanego regionu, opowiadał o lokalnych zwyczajach i kulturze, a następnie przygotowywał regionalne potrawy. Wychodził on z założenia, że nie da się pokazać kultury bez kuchni, ani na odwrót – kuchni bez kultury, ponieważ są one nawzajem nierozerwalną częścią siebie, a ominięcie jednego, wyrywało by całość z kontekstu[32]. Sam swoich programów nie określa mianem

[30]https://vod.tvp.pl/programy,88/podroze-kulinarne-roberta-maklowicza-odcinki,320759 [dostęp: 08.12.2024].
[31] https://vod.tvp.pl/programy,88/maklowicz-w-podrozy-odcinki,273599 [dostęp: 08.12.2024].
[32] K. Paciorek, *Robert Makłowicz: nie tylko koperek*, https://youtu.be/HndAz0gqDFU?si=-O0WTA-ICnTPcLsU [dostęp: 14.12.2024].

kulinarnych, a kulinarno-podróżniczo-historycznych[33]. W telewizji linearnej gatunki są często opisywane bardziej tradycyjnymi nazwami, podczas gdy w mediach nielinearnych częściej używa się nazw związanych z tematyką, takich jak *kulinaria* czy *podróżniczy*[34]. Makłowicz, nazywając swoje programy w ten sposób, niejako intuicyjnie definiował hybrydę, którą tworzył, wykraczając poza proste etykiety gatunkowe.

Do 2017 roku *Makłowicz w podróży* był obecny w ramówce TVP2, stając się jednym z najdłużej emitowanych programów tego typu w Polsce. O popularności formatu świadczyły nie tylko wyniki oglądalności, ale też jego wpływ kulturowy – wiele potraw, zwrotów czy miejsc pokazywanych w programie zaczęło funkcjonować w potocznej świadomości. Widzowie niejednokrotnie traktowali programy Makłowicza jako nieformalny przewodnik turystyczny lub kulturowy. W tym samym roku, po decyzji władz TVP o zakończeniu współpracy, Makłowicz przeniósł się na antenę Food Network, gdzie stworzył nowy program *Makłowicz w drodze*[35], który prowadził do listopada 2019[36]. Równolegle Makłowicz coraz częściej pojawiał się w przestrzeni publicznej również poza tematami kulinarnymi. Umacniał swoją pozycję jako intelektualista popkulturowy, którego głos słyszany był w debacie publicznej. W marcu 2020 roku Robert Makłowicz podjął decyzję o przeniesieniu swojej działalności do Internetu, otwierając własny kanał na platformie YouTube[37]. Wybór platformy był nie tylko odpowiedzią na pandemię, ale także konsekwencją trwającej od lat transformacji mediów, w której indywidualni twórcy zyskują coraz większy wpływ na kształtowanie treści i sposobu ich dystrybucji.

Poniżej znajduje się wykaz programów Roberta Makłowicza, obrazujący jego ewolucję na rynku medialnym:

Program	**Lata emisji**	**Dzień emisji**	**Godzina emisji**	**Liczba odcinków**	**Stacja/ platforma**	**Długość odcinków**
Podróże kulinarne Roberta Makłowicza	1999 - 2008	niedziela	11:15	222	TVP2	25 min
Makłowicz w podróży	2008 - 2017	niedziela	11:35	221	TVP2	24 min

[33] R. Makłowicz, *O mnie*, https://www.maklowicz.pl/o-mnie/, [dostęp: 06.12.2024].
[34] M. Wawer, *Gatunki, kategorie i tagi w telewizji linearnej i nielinearnej*, „Media Biznes Kultura" 2024, nr 2 (17), s. 200-201.
[35] https://player.pl/programy-online/maklowicz-w-drodze-odcinki,9719 [dostęp: 13.12.2024].
[36] https://www.press.pl/tresc/60574,robert-maklowicz-bez-programu-w-food-network [dostęp: 13.12.2024].
[37] https://www.youtube.com/@Robert_Maklowicz [dostęp: 13.12.2024].

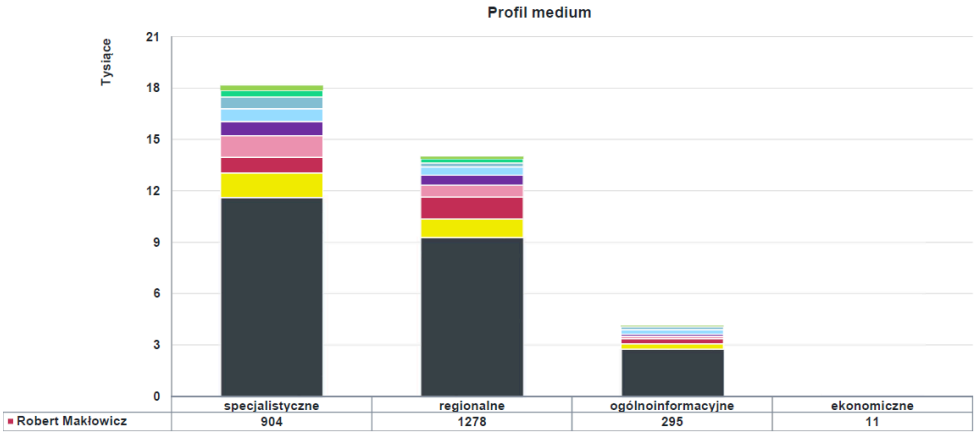
Makłowicz w drodze	2017 - 2019	brak stałego dnia	brak stałej godziny	31	Food Network	23 min
Makłowicz w Polsce	2018	brak stałego dnia	brak stałej godziny	8	Food Network	23 min
Program na YouTube	2020 - teraz	piątek	17:00	210	YouTube	30 - 40 min

Tabela 2. Porównanie form emisji programów Roberta Makłowicza (stan na dzień 31.12.2024)
Źródło: Opracowanie własne.

Fotografia 1. Kadr rozpoczynający pierwszy odcinek *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza*. Zauważyć można, że już od samego początku w programach Makłowicza pojawiali się monarchowie Austro-Węgierscy. (Źródło: *Wawelski smak,* odc. 1, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza,* reż. G. Sadurski, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 1998).

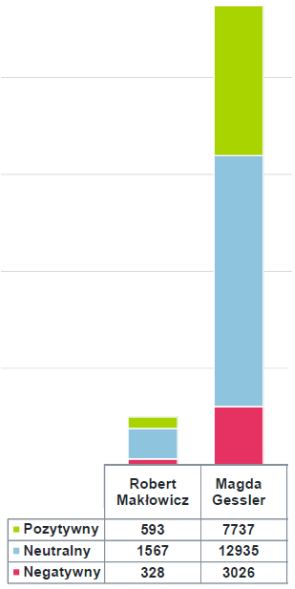
1.3. Makłowicz jako osobowość medialna

Makłowicz był szeroko obecny w mediach tradycyjnych od kiedy tylko jego program zyskał na popularności. W badaniach prowadzonych przez *PRESS SERVICE Monitoring & More* w 2018 roku, tj. rok po zakończeniu współpracy z TVP jego nazwisko nadal plasowało się w czołówce celebrytów kulinarnych pod względem impaktu. Dzieląc publikacje na jego temat ze względu na typ mediów, największy odsetek ukazywał się w mediach regionalnych oraz specjalistycznych, co sugerowałoby jego szeroką obecność w zróżnicowanych kręgach.



Wykres 1. Profile mediów tradycyjnych wspominających Roberta Makłowicza w okresie styczeń – październik 2018 r. (Źródło: PRESS SERVICE Monitoring Mediów, *Zapraszamy do stołu. Raport, 2018 rok, https://psmm.pl/wp-content/uploads/2020/11/zapraszamy_do_stolu_raport_medialny.pdf* , [dostęp: 15.04.2025].

Pod względem sentymentu, przekazy o Makłowiczu charakteryzuje neutralny wydźwięk. Odróżnia go to od innych kulinarnych celebrytów, którzy często są obiektem kontrowersji, co świadczy o jego stabilnej pozycji. Mimo, że nie dorównuje on zasięgiem większym gwiazdom, takim jak przykładowo Magda Gessler, to wciąż utrzymuje się na stosunkowo wysokim poziomie, szczególnie wśród mediów regionalnych i specjalistycznych, co potwierdza jego silny związek z tematyką podróży i kultury.



Wykres 2. Wydźwięk publikacji wspominających Roberta Makłowicza oraz Magdę Gessler w okresie styczeń – październik 2018 r. (Źródło: Tamże).

W dobie internetu, popularność medialna często nie kończy się jednak na telewizji, serwisach informacyjnych, czy oficjalnych social mediach. Coraz większe znaczenie ma odbiór danej osoby w kulturze internetowej. Robert Makłowicz stał się nie tylko cenionym dziennikarzem, ale również bohaterem licznych memów i parodii, które jeszcze bardziej umocniły jego pozycję w świadomości społecznej, szczególnie wśród młodszych odbiorców. Popularność Makłowicza w tej przestrzeni wynika z kilku czynników. Po pierwsze – jego charakterystyczny sposób mówienia bogaty w metafory i powtarzalne zwroty, po drugie – jego styl bycia i dystans do siebie. Makłowicz często postrzegany jest przez internautów jako „ten jeden fajny wujek, w którego towarzystwie nie da się źle bawić", co pokazuje, że odbierają go jako osobę autentyczną, sprawiając jednocześnie, że łatwiej im się z nim utożsamiać i naśladować.

Makłowicz od lat pozostaje jedną z najbardziej rozpoznawalnych postaci polskiej sceny medialnej. Jego fenomen wynika z unikalnego stylu prowadzenia programów, erudycji, a także specyficznego podejścia do opowiadania o kuchni, tj. nie tylko jako o zbiorze przepisów, ale przede wszystkim jako części kultury, historii i tożsamości narodowej. Tym, co wyróżnia Makłowicza spośród innych, jest jego sposób mówienia – barwny, pełen odniesień historycznych i kulturowych, a przy tym lekki i przystępny dla szerokiego grona odbiorców. Jego charakterystyczny styl bogaty w metafory i anegdoty, sprawił, że widzowie zaczęli postrzegać go nie tylko jako kucharza czy krytyka kulinarnego, ale również jako wytrawnego gawędziarza. Podczas gdy wielu innych kucharzy telewizyjnych skupia się na samym procesie gotowania, Makłowicz zawsze kładzie nacisk na znaczenie danej potrawy w kulturze regionu. Jego programy są nie tylko poradnikami, ale także formą edukacji o historii i obyczajach danego miejsca.

Do fenomenu Makłowicza przyczyniła się również jego autentyczność. Nigdy nie przyjął on stylu sztucznie kreowanego celebryty, lecz pozostał wierny swojemu charakterowi – człowieka ciekawskiego, otwartego na świat i kulturę. Nie unika też szczerych opinii, co wielokrotnie budziło sympatię widzów, ale nieraz również kontrowersje. W przeciwieństwie do wielu współczesnych influencerów kulinarnych, którzy promują jedynie najnowsze trendy gastronomiczne, Makłowicz podchodzi do kuchni z perspektywy badacza i smakosza. W swoich programach nie tylko przedstawia potrawy, ale też interpretuje je z perspektywy historyka i osoby rozumiejącej kulturę, w której się znajduje. Jego strategią do zachowania autentyczności jest również dobór

pokazywanych przez siebie produktów, czy usług. Sam nawet mówił, że nie chciałby reklamować swoją osobą rzeczy, z których sam absolutnie nie korzysta:

> „Największe budżety mają margaryny, czy przyprawy typu jarzynka. Ja tego, z czym do mnie przychodzą nie używam i nie zamierzam firmować swoim nazwiskiem. [...] Chcę się kojarzyć z określonym poziomem smaku. No jak ja [...] mógłbym ludziom wciskać kit? [...] Dla mnie najważniejsze jest, by ludzie kojarzyli mnie jako człowieka, który im coś pokazuje, bo to jest dobre, a nie dlatego, że ktoś za to zapłacił”[38].

Wiele osób zyskało popularność dzięki telewizji i mediom społecznościowym, jednak to, co wyróżnia Makłowicza, to jego podejście do tematu wykraczające poza jedną kategorię. Dla porównania, Magda Gessler[39] czy Karol Okrasa[40] również odgrywają istotną rolę w polskiej telewizji, ale format ich programów znacząco różni się od formatu Makłowicza. Gessler skupia się na zmianach w odwiedzanych przez siebie restauracjach, gdzie narracja często jest dramatyczna i emocjonalna, a Okrasa reprezentuje konwencjonalną formę programu kulinarnego, podróżując po Polsce i przedstawiając produkty regionalne.

Na tle zagranicznych osobowości kulinarnych, takich jak Keith Floyd czy Jamie Oliver[41], Robert Makłowicz wyróżnia się swoim unikalnym podejściem do łączenia kuchni z podróżami. Keith Floyd, uznawany za jednego z prekursorów formatu kulinarno-podróżniczego był znany z gotowania w plenerze w połączeniu ze swoją luźną narracją. Makłowicz przyznał, że to właśnie programy Floyda były dla niego inspiracją przy tworzeniu swojego własnego formatu[42]. Podobnie jak on, łączy kulinaria z omawianiem tradycji odwiedzanych miejsc. Obaj nadawali swoim programom lekki, nieformalny ton, jednak Makłowicz, w przeciwieństwie do Floyda, jeszcze bardziej skupił się na historii i kulturze. Jamie Oliver z kolei skupia się na popularyzacji zdrowego odżywiania i prostych przepisów. Jego programy, choć bywają realizowane w plenerze, zazwyczaj nagrywane są w kuchni, w studiu.

Makłowicz, w przeciwieństwie do wielu medialnych kucharzy, nie aspiruje do roli szefa kuchni, restauratora czy trendsettera. Jego działalność kulinarna jest formą hobby, wynika z zainteresowań i chęci dzielenia się nimi z ludźmi. „Nie jestem kucharzem.

[38] M. Sosnowski, *Poziom smaku,* „Press” 2004, nr 8, s. 22.
[39] http://www.magdagessler.pl [dostęp: 15.03.2025].
[40] https://karolokrasa.pl/od-kuchni/ [dostęp: 15.03.2025].
[41] https://www.jamieoliver.com/jamies-world/about-jamie [dostęp: 15.03.2025].
[42] K. Paciorek, *Robert Makłowicz: nie tylko koperek*, https://youtu.be/HndAz0gqDFU?si=-O0WTA-ICnTPcLsU [dostęp: 14.12.2024].

Kucharz to ktoś, kto [...] wykonuje to zawodowo – siedzi w kuchni i gotuje. Ja jestem popularyzatorem kuchni”[43] – mówi.

Sposób, w jaki odbiorcy traktują jego postać wzmocnił status Makłowicza jako bohatera memów – stał się on wręcz symbolem „mądrego hedonizmu” i przeciwieństwem sztucznej, nachalnej celebryckości. „Stałem się uosobieniem spraw, za którymi ludzie teraz bardzo tęsknią: podróży, dobrego jedzenia, radości z drobnych rzeczy. A przy okazji - czegoś, co można nazwać dogadzaniem sobie”[44]. Obecnie internet i kultura memów mogą zarówno wzmacniać popularność danej osoby, jak i sprawić, że stanie się ona ikoną w zupełnie nowy sposób. Makłowicz jest jednym z niewielu polskich osobowości medialnych, którzy w tak naturalny sposób odnaleźli się w tej nowej rzeczywistości. Zamiast ignorować swoją obecność w memach, traktuje je z humorem, co dodatkowo buduje jego wizerunek człowieka zdystansowanego i otwartego na nowe formy kultury. W przeciwieństwie do wielu innych osób, na temat których memy mają charakter zazwyczaj prześmiewczy, w przypadku Makłowicza są one raczej wyrazem sympatii i uznania. Można wręcz mówić o internetowym „kulcie Makłowicza”, który rozwinął się na forach, portalach społecznościowych i w serwisach wideo. Jednym z najbardziej znanych memów jest klatka z odcinka 198 programu *Makłowicz w podróży*, z tekstem sugerującym jakoby Makłowicz miał gotować grupę Słowaków kąpiących się za nim w basenie termalnym. Sam przyznał, że zna tego mema i bardzo go on bawi – „Od razu przepraszam Słowaków, ale ten mem z gotowaniem Słowaków mnie najbardziej śmieszy”[45].

[43] M. Bobik, *Makłowicz: "Nie jestem kucharzem". Ale jak to?!*, https://www.fakt.pl/plotki/maklowicz-nie-jestem-kucharzem-ale-jak-to/j976yl1 [dostęp: 22.03.2025].
[44] P. Gulda, *Robert Makłowicz: odejście z telewizji to było prawdziwe błogosławieństwo*, 2020, https://magazyn.wp.pl/film/artykul/robert-maklowicz-odejscie-z-telewizji-to-bylo-prawdziwe-blogoslawienstwo [dostęp: 09.06.2025].
[45] M. Ratajczak, *Był bożyszczem widzów telewizji, został królem internetu*, „Newsroom”, https://teleshow.wp.pl/robert-maklowicz-nowym-krolem-memow-wskazal-swoj-ulubiony-zart-6597169792394881v [dostęp: 09.06.2025].

Fot. 2. Przykładowy mem z Robertem Makłowiczem (Źródło: https://paczaizm.pl/nastepnie-podsmaze-wolowine-i-dodam-ja-do-slowakow-ktorych-gotuje-w-tym-wielkim-garze-za-moimi-plecami-maklowicz [dostęp: 24.03.2025].

Jednym z ciekawszych fenomenów związanych z wizerunkiem medialnym Makłowicza są również krótkie kompilacje często tytułowane wariacjami zbitek liter E oraz Y[46]. Ich treść opiera się na montażu jego wypowiedzi, w którym główny nacisk kładziony jest na jego charakterystyczne wtrącenia – przeciągłe „eeee", „yyyy", a także pojedyncze słowa klucze, takie jak „olej", „papryka", „proszę spojrzeć" itp. W efekcie powstają dynamiczne, zabawne filmiki, które podkreślają specyfikę jego mowy, jednocześnie czyniąc z niej coś na kształt rytmu. Popularność tego typu filmów świadczy o tym, jak bardzo jego charakterystyczny styl mówienia stał się rozpoznawalny i jak dużą sympatią darzy go społeczność. Zjawisko to nie ogranicza się jedynie do wideo. Istnieją nawet specjalne wtyczki do przeglądarek internetowych, podmieniające dźwięki klawiatury na jego charakterystyczne odgłosy[47], a także utwory muzyczne wykorzystujące je jako podkład dostosowując je do konkretnego tempa i melodii[48]. Równolegle do jego oficjalnej działalności, powstały też niezależne projekty oparte na jego wizerunku – jak *Makłowiczowy Generator Mowy*[49], gdzie sztuczna inteligencja odtwarza jego głos w humorystycznych nagraniach.

Popularność tego typu treści świadczy o tym, że Makłowicz nie jest już tylko znanym dziennikarzem kulinarnym, ale także osobą o niezwykle silnej rozpoznawalności

[46] LOLSY, *Eeeeee eee - Makłowicz*, https://youtu.be/4QnSuFLcnQo?si=kvMOvks970LQAyWb [dostęp: 22.03.2025].
[47] https://store.gx.me/mods/p7eveu/mak-owicz-eeeyyy/ [dostęp: 24.03.2025].
[48] MADD & WIXAPOL, *MAKLOWICZ ({ EEEEE I LIKE IT LOUD }),* 2018.
[49] https://www.youtube.com/@MaklowiczowyGeneratorMowy [dostęp: 22.04.2025].

w sferze medialnej. Jego sposób mówienia, charakterystyczne wtrącenia, a nawet gestykulacja stały się elementami, które wykraczają poza oryginalne znaczenia i zaczynają funkcjonować jako osobny kulturowy fenomen.

Rozdział 2. Ewolucja gatunkowa programów Roberta Makłowicza

2.1. Reportaże kulinarne (1998-2008)

Współczesna hybrydyzacja podróży i kulinariów nie była zawsze postrzegana w kategorii połączeń oczywistych. Zwracanie uwagi podróżników na lokalną kuchnię zaczęło wpływać na media dopiero w XIX wieku. Wcześniej, głównym celem zdecydowanej większości ludzi były zabytki, miejsca i ludzie, a nie kuchnia, która była traktowana jako coś przyziemnego i niewartego bliższej uwagi, a czasem nawet jako niedogodność, w przypadkach, kiedy podróżujący nie byli przystosowani do lokalnych kuchni i nabawiali się problemów zdrowotnych. Dopiero w II poł. XX wieku zaczęto na większą skalę interesować się obcymi kulinariami i podróżować specjalnie po to, żeby doświadczyć nowych wrażeń smakowych, poza samą architekturą i atrakcjami turystycznymi[50]. Dzięki tej rewolucji w sposobie myślenia, powstało wiele programów telewizyjnych łączących podróże z kuchnią, każdy na swój sposób oryginalny w swoim sposobie przedstawiania tematu.

Nie istnieje jedna uniwersalna definicja reportażu. To, co określano reportażem zmieniało się wraz z upływem czasu i ewolucją mediów. Mimo, że dyskusje na temat jego wyznaczników trwają od lat prowadząc do licznych podejść i klasyfikacji[51], można z pewnością stwierdzić, że programy Makłowicza od początku wpisywały się w ten gatunek. Ich celem jest z jednej strony przedstawienie faktów, zdarzeń, ludzi i środowiska, z drugiej natomiast, jak każdy reportaż „realizując właściwe gatunkom dziennikarskim zadania poznawcze i propagandowe, posługuje się niektórymi środkami artystycznymi oraz środkami oddziaływania emocjonalnego charakterystycznymi dla gatunków literatury i sztuki”[52]. Łączą one elementy reportażu krajobrazowego, historycznego i obyczajowego, wykorzystując kulinaria jako kluczowy kontekst kulturowy i historyczny. Tak więc jego programy można określić mianem hybrydowego reportażu podróżniczo-kulinarnego.

---

[50] W. Frost, J. Laing, G. Best, K. Williams, P. Strickland, C. Lade, *Gastronomy and Tourism through the Media Lens*, w: *Gastronomy, Tourism and the Media*, red. W. Frost, Bristol: Channel View Publications 2016, s. 3-13.

[51] E. Pleszkun-Olejniczakowa, *Reportaż: Wokół pochodzenia, definicji i podziałów*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2005, nr 7/2, s. 7.

[52] Tamże, s. 7-8.

Pierwsza dekada działalności Roberta Makłowicza w telewizji publicznej to czas, w którym ukształtował się styl charakterystyczny dla jego programów. Emitowane w TVP2 *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* wyznaczyły nowe standardy dla tego typu produkcji, łącząc ze sobą elementy reportażu podróżniczego, kulinarnego oraz programu edukacyjnego. Każdy z odcinków miał podobną strukturę: prezentacja danego regionu, opowieść o lokalnej historii, architekturze i kulturze oraz pokaz gotowania, najczęściej na tle charakterystycznych lokalizacji.

Makłowicz prowadził narrację pierwszoosobową w formie gawędy, wplatając fakty historyczne, anegdoty i spostrzeżenia. Styl prowadzenia jego programów był przyjazny widzowi, bezpretensjonalny i zarazem kształcący. Charakterystyczny ton głosu oraz umiejętność balansowania między powagą a humorem były nieodłącznym elementem jego medialnego wizerunku[53]. Kluczowym elementem programów Makłowicza był ich potencjał edukacyjny. W czasach, gdy większość Polaków nie znała raczej potraw innych niż te tradycyjnie przygotowywane w Polsce, jego programy uczyły o zwyczajach Europy Środkowo-Wschodniej, basenu Morza Śródziemnego czy Bliskiego Wschodu. Przedstawiając lokalne potrawy, Makłowicz przybliżał także tło historyczne danego regionu, tworząc spójny obraz, w którym kuchnia była przede wszystkim nośnikiem kultury, niżeli tylko sposobem odżywiania się. Warto jednak zauważyć, że element edukacyjny nie dotyczył tylko samych potraw, ale również stylu życia, podejścia do konsumpcji, lokalności produktów, sezonowości i szacunku dla składników. Dzięki temu jego programy można postrzegać jako wyprzedzające swoje czasy i promujące idee bliskie dzisiejszym *slow food* (ruch społeczny zakładający ochronę i promocję tradycyjnych sposobów produkcji żywności)[54], czy *zero waste* (minimalizowanie marnowania żywności przez wtórne wykorzystywanie odpadów), zanim to stało się modne w polskiej przestrzeni publicznej.

Patrząc na to, jak długo programy Makłowicza utrzymały się w ramówce TVP można śmiało stwierdzić, że ich odbiór był zdecydowanie pozytywny. W czasach przed rozpowszechnieniem się platform takich jak YouTube czy różnorodne serwisy VOD, pełniły one rolę swoistego okna na świat oraz dla wielu widzów były pierwszym kontaktem z kuchniami świata.

---

[53] B. Matuszczyk, *Autokreacja wizerunku Roberta Makłowicza na przykładzie programu telewizyjnego Makłowicz w podróży,* „Linguarum silva" 2017, t. 6, s. 141-155.
[54] https://www.slowfood.com/about-us/ [dostęp: 22.04.2025].

Warto podkreślić, że Makłowicz dbał o różnorodność nie tylko w kontekście miejsc, ale również tematów. Odcinki często dotyczyły konkretnych składników, grup potraw albo tradycji. Tak szeroki zakres tematyczny pozwalał Makłowiczowi nie tylko na prezentację samych potraw, ale też na ukazanie kuchni jako autentycznej części historii i tożsamości różnych społeczności. Dzięki temu widzowie nie poznawali jedynie przepisów, ale także codzienność, tradycje i obyczaje, co nadawało jedzeniu głębsze znaczenie jednocześnie edukując odbiorców o innych kulturach i stylach życia.

Programy Roberta Makłowicza, choć pozornie wydawały się lekkie i spontaniczne, wiązały się z precyzyjnym planowaniem od strony realizatorskiej. Zespół podróżował z kamerami i sprzętem kulinarnym do odległych lokalizacji, często gotując w warunkach polowych, bez profesjonalnego zaplecza kuchennego oraz z bardzo małym budżetem. Robert Makłowicz w wywiadzie dla PRESS mówił, że udaje im się jeździć w odległe miejsca dlatego, że często zapraszani są przez organizacje takie jak zagraniczne ministerstwa turystyki, czy producentów różnych produktów. Sam budżet, jak wspominał, był „tak mizerny, że nie pozwala dojechać z Krakowa do Kielc. To, że jeździmy po świecie, to wynik popularności programu i traktowania go przez wielu jako doskonałe pole do promocji różnych miejsc i kultur"[55]. Makłowicz wielokrotnie wspominał o trudnościach, jakie wiązały się z realizacją nagrań w miejscach, gdzie brakowało elektryczności, bieżącej wody, a czasem nawet stabilnej powierzchni do krojenia. Jednocześnie to właśnie te braki sprawiały, że programy te były wyjątkowe. Improwizacja, naturalność, drobne potknięcia czy interakcje z przypadkowymi przechodniami budowały atmosferę autentyczności. Widzowie czuli, że uczestniczą w czymś realnym, a nie wyreżyserowanym spektaklu.

2.2. Rozwój koncepcji podróżniczej (2008-2019)

Wraz z początkiem emisji programu *Makłowicz w podróży* zauważyć można było znaczące zmiany w jego formie. O ile wcześniejsze odcinki w dużej mierze koncentrowały się na gotowaniu i prezentacji potraw w różnych zakątkach świata, o tyle od 2008 roku realizacyjnie coraz mocniej zaczęto skupiać się na narracji o miejscach, ludziach i historii. Widać to zarówno w strukturze pojedynczych odcinków, jak i w sposobie narracji samego Roberta Makłowicza, który z kuchni, jako z głównego tematu programu stworzył punkt wyjścia do szerszych opowieści o kulturze, obyczajach i lokalnej tożsamości. To, co

[55] M. Sosnowski, *Poziom smaku*, „Press" 2004, nr 8, s. 22.

wcześniej było wątkiem towarzyszącym, stało się tematem samym w sobie. Makłowicz przedstawiał jedzenie jako wynik konkretnych warunków historycznych i geograficznych – wpływów kulturowych, migracji, konfliktów z sąsiednimi państwami, dominujących religii itd.

Odcinki zaczęły być komponowane według swoistego rytmu fabularnego, mimo że nigdy nie został stworzony jednolity schemat programu. Odcinki składały się z kilku podstawowych elementów – zwiedzania, gotowania oraz jedzenia – ułożonych w różnej kolejności, czasem przeplatających się między sobą. Każdy odcinek przyjmował formę podróży, w którą Robert Makłowicz z coraz większą swobodą wprowadzał widza w realia odwiedzanego regionu zanim w ogóle doszło do gotowania. Zamiast zaczynać od przepisu, najpierw przedstawiał tło – lokalne zabytki, opowiadał o historii, przybliżał życie codzienne mieszkańców. Choć gotowanie pozostawało nieodłącznym elementem każdego odcinka, to jego rola została w dużej mierze podporządkowana szerszemu kontekstowi.

Taka struktura była już bardziej zbliżona do form klasycznych programów podróżniczych, nadal różniąc się od kulinarnych, czyniąc narrację głównym środkiem nie tylko przekazu, ale i sensu[56]. Mówi o tym również sam Makłowicz, podkreślając w wielu wywiadach, że nie jest kucharzem, lecz osobą, która za pomocą kuchni opowiada o świecie[57]. Dzięki takiej zmianie formatu program Makłowicza zaczął trafiać do szerszego grona odbiorców – nie tylko do osób zainteresowanych gotowaniem, ale i do osób szukających inspiracji podróżniczych, wiedzy o obcych kulturach lub też po prostu ciekawej narracji. Od tej pory program zaczął stawać się lekkim, przemyślanym felietonem wizualnym.

Otwarta struktura programu pozwoliła na płynne przechodzenie od wątków kulinarnych do opowieści o kulturze, polityce, gospodarce, czy obyczajach, lub w drugą stronę – od historii do prezentowania dań. Przykładowo, gotowanie befsztyku z żubra w Lublinie mogło być poprzedzone historią klasztoru Dominikanów, w którym odbyła się uczta po podpisaniu Unii Lubelskiej .

> „Nie wiemy co jedzono na uczcie po podpisaniu Unii Lubelskiej, ale możemy z dużym prawdopodobieństwem przypuszczać, że jednym z dań była żubrzyna. Tak jest – mięso z żubra – w tamtych czasach bardzo popularna dziczyzna”[58].

[56] S. Chatman, *O teorii opowiadania,* „Pamiętnik Literacki” 1984, 75/4, s. 199-222.
[57] M. Bobik, *Makłowicz: “Nie jestem kucharzem”. Ale jak to?!,* https://www.fakt.pl/plotki/maklowicz-nie-jestem-kucharzem-ale-jak-to/j976yl1 [dostęp: 22.03.2025].
[58] *Lubelski smak,* odc. 167, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza,* reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2005.

Czyni to z Makłowicza nie tylko kulinarnego przewodnika, ale coraz bardziej również kogoś, kto z czynności z pozoru przyziemnej czyni sposób na poznanie świata. Jego program nie pokazywał jedynie co ludzie jedzą, ale też dlaczego jedzą to w taki sposób, skąd się to wzięło i co to o nich mówi.

Rozwój narracyjnej formy programów wiąże się z charakterystycznym stylem opowiadania Makłowicza. Nie przedstawia on faktów w suchy sposób, a raczej konstruuje z nich opowieści, w których łączy merytorykę z barwną narracją. Storytelling pełni tu funkcję nie tylko edukacyjną, ale też estetyczną. Dzięki opowieściom widzowie zapamiętują więcej i lepiej rozumieją kontekst prezentowanego miejsca czy tematu.

> „Tworzone przez niego komunikaty są rozbudowane i cechują się wewnętrzną złożonością, wyróżnia je szczególna dbałość o każdy element językowy. Jego wypowiedzi sprawiają wrażenie przemyślanej i spójnej całości, co świadczy o wysokim poziomie kompetencji językowych prowadzącego. Gospodarz omawianego programu dba o kulturę słowa, dostosowując styl wypowiedzi do sytuacji komunikacyjnej”[59].

Co więcej, sposób, w jaki Makłowicz opowiada swoje historie, tworzy wrażenie osobistego kontaktu – jakby nie mówił do ogółu, lecz do konkretnego odbiorcy. Jego styl przypomina bardziej rozmowę, co z samego przekazu informacji nawiązuje relację emocjonalną między widzem a prowadzącym.

W roku 2017, na kanale Food Network zaczął emitowany być program *Makłowicz w drodze*, który prowadzony był w bardzo podobnym stylu jak poprzedni *Makłowicz w podróży*. Poza oczywistym rebrandingiem w postaci zmiany czołówki, oraz tytułu, który jednak nadal kojarzyć miał się z dobrze zbudowaną już marką osobistą Makłowicza, większość elementów składowych programu pozostała praktycznie niezmieniona.

2.3. Adaptacja do nowych mediów (2020-2024)

Ze względu na nieprzedłużenie kontraktu z Makłowiczem przez stację Food Network w roku 2019, do marca 2020 twórca nie prowadził żadnego programu, chociaż mówił on, że już od pewnego czasu planował przeniesienie swojej działalności do internetu: „Od dawna myślałem o internecie, o serwisie YouTube, ale zawsze miałem coś innego, pilniejszego do zrobienia. [...] Internet dał mi coś bezcennego - wolność.”[60].

---

[59] B. Matuszczyk, *Autokreacja wizerunku Roberta Makłowicza…*, s. 141-155.

[60] P. Gulda, *Robert Makłowicz: odejście z telewizji to było prawdziwe błogosławieństwo*, 2020, https://magazyn.wp.pl/film/artykul/robert-maklowicz-odejscie-z-telewizji-to-bylo-prawdziwe-blogoslawienstwo [dostęp: 09.06.2025].

Ta zmiana medium była kluczowa, ponieważ serwis YouTube jako przykład „nowych nowych mediów" charakteryzuje się zdemokratyzowaną produkcją, darmowymi treściami i mnogością funkcjonalności[61]. Jednym z wyników przeniesienia swojej działalności do internetu był wzrost znaczenia funkcji fatycznej i interaktywności[62] w czym Robert Makłowicz doskonale się odnalazł. W swoich programach telewizyjnych już wcześniej stosował narrację pierwszoosobową w formie gawędy, co tworzyło wrażenie osobistego kontaktu. Na YouTube ta bezpośredniość jest jeszcze bardziej widoczna. W przeciwieństwie do tradycyjnej telewizji, serwis umożliwia natychmiastową interakcję poprzez komentarze. Makłowicz aktywnie korzysta z tego feedbacku odpowiadając na komentarze widzów, a czasem nawet wspominając o nich w kolejnych odcinkach.

W odpowiedzi na pandemię Covid-19, 25 marca 2020 roku udostępnił w serwisie YouTube niedługi film zatytułowany *Robert Makłowicz: "Co i dlaczego"*, w którym zapowiedział rozpoczęcie swojej działalności na tej platformie, tłumacząc następnie na czym będzie ona polegać:

> „Czasy mamy takie, Szanowni Państwo, że niemal całe życie przenosi się do internetu, zatem i ja się tam przenoszę inaugurując niniejszym swój własny kanał na YouTube. Będę robił w nim różne rzeczy, między innymi czytał. Ja wiem, że czytających w tej chwili w internecie jest wielu, ale ja przeczytam Wam coś, czego nikt inny nie przeczyta. Mianowicie – swoją własną twórczość. A w dodatku będę ją jeszcze komentował"[63].

Jego następnymi filmami były krótkie, bo wahające się w granicach 5-10 minut, serie nagrywane w domu podczas lockdownu spowodowanego pandemią. Pierwszą z serii był 12-odcinkowy cykl *Robert Makłowicz*, w którym czytał fragmenty ze swojej książki *Café Museum.* Następnie powstała 3-odcinkowa seria *Robert Makłowicz opowiada*, w której widzowie poznawali historie i wspomnienia z minionych podróży z perspektywy samego Makłowicza w formie gawędy prowadzonej przez niego w tle przeplatanej zdjęciami i filmami. Trzecią z domowej serii była *Robert Makłowicz gotuje* składająca się z 13 odcinków, w których ze swojej kuchni prowadził typowy program kulinarny, w którym prezentował dania z całego świata.

---

[61] A. Ciesiółka, *YouTube jako nowe źródło wiedzy*, „Neodidagmata" 2018, nr 36/37, s. 106-108.
[62] I. Kuśnierek, *Ewolucja wzorca gatunkowego przepisu kulinarnego,* „Poradnik Językowy" 2023, t. 809, nr 10, s. 27.
[63] R. Makłowicz, *Robert Makłowicz: "Co i dlaczego"*, https://youtu.be/7uAgSQ-OWJ4?si=4ZUDvfTS5Ds3Tg58 [dostęp: 13.05.2025].

Pierwszy pełnoprawny odcinek nowej serii Roberta Makłowicza na YouTube zatytułowany *W pandemii przez granice* pojawił się 12 czerwca tego samego roku, chociaż odcinek ten miał formę dziennika podróży zamiast tradycyjnej kulinarnej narracji, czy prezentowania odwiedzanych miejsc. Skupiał się raczej na doświadczeniu przemieszczania się w czasie pandemii. W zdecydowanej większości przedstawiał Makłowicza prowadzącego samochód w drodze do swojego domu w Chorwacji i relacjonującego zaledwie drogę. Serię o charakterze, do którego przyzwyczajeni byli widzowie rozpoczął *de facto* odcinek 2 o tytule *Dalmacja, moje miejsce*, w którym widać już klasyczny dla Makłowicza sposób prowadzenia programów. Wraz z powrotem własnej działalności zaczął on regularnie publikować kolejne odcinki na swoim kanale. Z czasem wypracował wyraźnie rozpoznawalny format, który zachował wszystkie charakterystyczne cechy jego stylu.

Zrezygnowano z typowego telewizyjnego sposobu produkcji, rozbudowanych planów zdjęciowych itp. Program na YouTube cechuje większa bezpośredniość – Makłowicz zwraca się często bezpośrednio do widza, a niekiedy nawet pozostawia w materiale ujęcia zakulisowe lub nieidealne technicznie, tak jak chociażby w trakcie nagrywania odcinka *ROBERT MAKŁOWICZ GOTUJE NA WIELKANOC część 1 (odcinek specjalny z udziałem żony Agnieszki)*, kiedy dźwiękowiec Mariusz Dziedzic zaczął mówić podczas nagrywania na co Robert Makłowicz zareagował żartobliwie go wyzywając: „Przecież to się nagrywa [...] debilu. My cały czas gramy no. Mario!”[64] co nie zostało wycięte z finalnego materiału, a cenzurze poddano wyłącznie wulgarne wyrażenia. Zamiast maskować takie nieidealne elementy, stają się one integralną częścią atmosfery programu, budując jego autentyczność i wrażenie nieformalnego towarzyszenia Makłowiczowi w podróży.

Choć struktura odcinków nadal opiera się na podróży, jedzeniu, historii i narracji, to sposób prezentacji uległ zauważalnemu rozluźnieniu i odpowiada formule vloga. Filmy nie są już przygotowywane pod sztywną kontrolą telewizyjnej produkcji, a pozostawiane w duchu większej swobody i naturalności. Programy nadal zawierają również element gotowania, choć staje się on punktem wyjścia do jeszcze szerszych narracji niż wcześniej. Zdarza się również, że Makłowicz w niektórych odcinkach całkowicie rezygnuje z

[64] R. Makłowicz, ROBERT MAKŁOWICZ GOTUJE NA WIELKANOC część 1 (odcinek specjalny z udziałem żony Agnieszki) odc. 4 , https://youtu.be/QXp1omIc8v0?si=xuVX9l3qKBRXVY3I [dostęp: 13.05.2025].

segmentu, w którym przyrządza potrawy na rzecz odwiedzenia większej ilości restauracji lub dłuższych i bardziej obszernych opowieści.

Ważnym aspektem nowej działalności Makłowicza stała się również interakcja z widzami. YouTube, w przeciwieństwie do telewizji, umożliwia natychmiastową reakcję odbiorców – zarówno w formie komentarzy, jak i ocen. Makłowicz korzysta z feedbacku, odpowiada na pytania widzów. Zdarza się, że wybór odwiedzanych miejsc wynikał z sugestii lub zainteresowania społeczności fanowskiej. Makłowicz, wcześniej odbierany głównie jako osobowość telewizyjna, stał się aktywnym uczestnikiem kultury internetowej. Nawiązywał także współpracę z innymi twórcami internetowymi, np. z *Kanałem sportowym*[65], czy Karolem Paciorkiem w podcaście *Imponderabilia*[66], co dodatkowo rozszerzyło jego zasięgi i ugruntowało obecność w nowym medialnym krajobrazie.

Taka zmiana formy i odbioru wiąże się z dostosowaniem do realiów współczesnych mediów cyfrowych. W przeciwieństwie do powszechnego trendu skracania treści i maksymalnego ich kondensowania, Makłowicz zdecydował się na odwrotny ruch – jego filmy publikowane na YouTube są często znacznie dłuższe niż wcześniejsze programy telewizyjne, nierzadko przekraczając długość 30, a nawet 40 minut. Pozwala mu to nie tylko na dokładniejszą narrację i ukazanie odwiedzanych miejsc, ale też na swobodniejszą formę wypowiedzi – bez ograniczeń czasowych narzucanych przez ramówki telewizyjne. Zamiast szybkiego montażu i silnie zredagowanego scenariusza, widzowie otrzymali opowieść prowadzoną we własnym tempie. Taki styl odpowiada współczesnemu odbiorcy, który częściej ceni prawdę i bliskość niż telewizyjną perfekcję. Choć forma filmów jest nadal estetyczna, to nacisk położony jest na treść i budowanie relacji z widzem. Ta zmiana koresponduje z ogólnym trendem wideo w internecie – od formy nadawanej ku formie relacyjnej[67].

Jego kanał w przeciwieństwie do wielu innych treści kulinarnych na YouTube – nie koncentruje się na przepisach *per se*, ale robi to w nowym języku, który umożliwia bardziej osobisty kontakt z odbiorcą. Swoje odcinki nagrywa m.in. w Chorwacji, Austrii, Polsce i innych miejscach, stale podróżując, choć często w mniejszym zespole niż w czasach telewizyjnych, ponieważ prawie zawsze jedynie z operatorem kamery i

[65] M. Pol*, ROBERT MAKŁOWICZ - HEJT PARK W DOBRYM SKŁADZIE #66,* https://www.youtube.com/live/ETOAlKFFJ_8?si=lisKrkA2zEPyYJTg [dostęp: 14.05.2025].
[66] K. Paciorek, *Robert Makłowicz: nie tylko koperek*, https://youtu.be/HndAz0gqDFU?si=-O0WTA-ICnTPcLsU [dostęp: 14.12.2024].
[67] J. Janus-Konarska, *Nowe media – Nowa komunikacja medialna*, „Dziennikarstwo i media" 2012, t. 3, s. 89-90.

montażystą Andrzejem Tomczakiem, dźwiękowcem Mariuszem Dziedzicem oraz ze swoją żoną i jednocześnie producentką – Agnieszką Makłowicz. Dzięki temu jego programy mają bardziej intymny, a zarazem autentyczny charakter.

Rozdział 3. Analiza programów Roberta Makłowicza

3.1. Metodologia badawcza

Do badania przyjęto model analizy jakościowo-ilościowej, oparty na 45 kryteriach szczegółowych, pogrupowanych na osiem obszarów: struktura, treść, narracja, realizacja techniczna, obecność gości, zróżnicowanie odwiedzanych miejsc, komercjalizacja oraz elementy osobiste. Szczególne znaczenie w badaniu przypisano zmianom narracyjnym i strukturalnym, które uznano za kluczowe dla zrozumienia ewolucji stylu Makłowicza. Narracja rozumiana była szeroko – obejmowała sposób jego wypowiedzi, które obejmowały tempo, stopień formalizacji, czy relację z widzem. Struktura była analizowana poprzez układ wewnętrzny odcinka – długość trwania poszczególnych części, obecność wstępu itp. Zmiany oceniano na podstawie stopnia ich występowania w poszczególnych programach. Analiza opierała się na metodzie analizy zawartości, która umożliwia systematyczne i obiektywne wnioskowanie na podstawie rejestrowanych treści przekazów medialnych. Pozwoliła ona na wyodrębnienie powtarzalnych elementów struktury i treści badanych programów oraz uchwycenie ich zmian w czasie[68].

Badanie miało charakter systematyczny i zostało przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 48 odcinków. Materiał badawczy analizowano w odniesieniu do pięciu programów Roberta Makłowicza. Z każdego z nich wybrano po 10 odcinków, z wyjątkiem programu *Makłowicz w Polsce*, który łącznie liczył zaledwie 8 epizodów. Odcinki dobrano celowo z uwzględnieniem kierunków podróży. Dzięki temu możliwe było porównanie programów powstających w zbliżonych do siebie miejscach, lecz w różnych warunkach produkcyjnych i dystrybucyjnych.

Klucz kategoryzacyjny opracowano w arkuszu kalkulacyjnym Excel, gdzie każdemu odcinkowi, po obejrzeniu go w całości przypisano wartości odpowiadające poszczególnym kryteriom. Tam, gdzie było to możliwe, stosowano pomiar ilościowy. Dla cech jakościowych do każdej kategorii dopasowana była najwłaściwsza forma kodowania danych. W przypadku trudności z jednoznaczną kategoryzacją danego fragmentu, co wynikało dla przykładu chociażby z bliskości znaczeniowej niektórych kryteriów, takich

[68] R. D. Wimmer, *Mass media: metody badań*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2008, s. 213.

jak *opis kultury* i *opis historii*, decyzję podejmowano po konsultacji z grupą osób postronnych, co miało na celu zwiększenie obiektywności klasyfikacji.

Wszystkie analizowane odcinki były pobrane na prywatnym dysku, co umożliwiło ich wielokrotne oglądanie i porównywanie. Wyniki analizy zostały następnie zestawione w formie tabelarycznej, a ich omówienie i interpretacja przedstawione są w dalszych częściach pracy. Zastosowana metodologia umożliwiła uchwycenie zarówno subtelnych, jak i wyrazistych różnic w sposobie prowadzenia i realizacji programu na przestrzeni lat, uwzględniając jednocześnie kontekst medialny i technologiczny, w jakim funkcjonował dany format.

Drugim elementem badań była ankieta internetowa zatytułowana *Odbiór twórczości Roberta Makłowicza w mediach tradycyjnych i internetowych*, która została opracowana i przeprowadzona specjalnie na potrzeby pracy. Jej celem było uchwycenie sposobu postrzegania Makłowicza jako twórcy w różnych okresach działalności oraz zidentyfikowanie różnic w odbiorze programów telewizyjnych i materiałów publikowanych w serwisie YouTube. Kwestionariusz zawierał zarówno pytania zamknięte, np. o ocenę autentyczności, czy porównanie programów telewizyjnych i internetowych, jak i pytania otwarte umożliwiające pogłębioną wypowiedź respondentów. Wyniki ankiety stanowią uzupełnienie analizy treści i pozwalają lepiej zrozumieć, jak zachodzące zmiany były odbierane przez widzów.

3.2. Podstawa materiałowa

W niniejszym podrozdziale przedstawiona została analiza porównawcza wybranych odcinków programów Roberta Makłowicza, reprezentujących pięć różnych etapów jego działalności telewizyjnej i internetowej. Na podstawie 48 odcinków z pięciu serii programów zaprezentowano, jak zmieniała się jego narracja, struktura programu i elementy techniczne produkcji.

3.2.1. Podróże kulinarne Roberta Makłowicza

Podróże kulinarne Roberta Makłowicza jako pierwszy z programów, pojawił się na antenie TVP2 w roku 1998 i pozostawał na niej aż do roku 2008. Wyemitowane zostały 222 odcinki. Do analizy treści zostało wybrane 10 z nich:

1. Odc. 1. *Wawelski smak*
2. Odc. 3. *Smak Słowacji*
3. Odc. 52. *Warszawski smak*

4. Odc. 78. *Piwny smak*
5. Odc. 102. *Kolonialny smak*
6. Odc. 118. *Turecki smak*
7. Odc. 125. *Smak włoskiego snobizmu*
8. Odc. 155. *Syjamski smak*
9. Odc. 177. *Smak Balearów*
10. Odc. 186. *Smak Zadaru*

Odcinki te zostały wybrane tak, aby możliwie równomiernie reprezentowały cały okres emisji, a przy tym różniły się tematycznie. W ten sposób w próbie znajdują się odcinki zarówno z początku, ze środka jak i z końca serii. Dzięki temu uzyskany został możliwie szeroki i reprezentatywny obraz całego programu, co pozwoliło uśrednić niektóre dane i zestawić je z resztą programów.

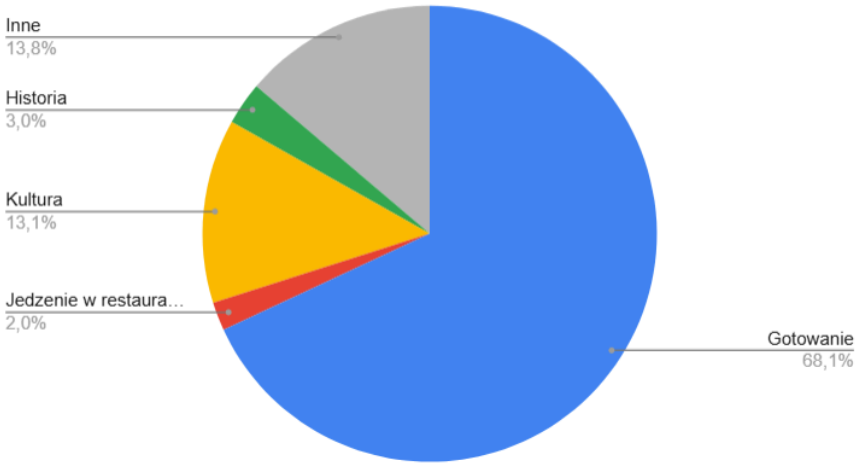
Każdy odcinek poprzedzała 28 sekundowa czołówka z jazzową muzyką przedstawiająca krótkie przebitki kucharzy i różnych potraw, kończąca się prostą planszą tytułową zawierającą tytuł programu i zdjęcie posągu Smoka Wawelskiego, który ogniem zdmuchiwał tekst z ekranu. W odcinku 150. *U wikingów ze smakiem* czołówka została zaktualizowana od strony wizualnej, aby zwiększyć jej atrakcyjność. Trwała ona 3 sekundy krócej, przy zachowaniu tej samej muzyki i wykorzystywała trójwymiarowe grafiki, oraz wizerunek samego Roberta Makłowicza w różnych humorystycznych sytuacjach. W tej wersji zrezygnowano z planszy tytułowej na rzecz krótkiej animacji z tytułem programu na kuli ziemskiej, którą Makłowicz rozbija niczym jajko w kieliszku, po czym następowało przejście do czerni i start właściwej części programu. Po czołówce na ekranie pojawiał się wyszczególniony dużym fontem tytuł odcinka, a następnie Makłowicz krótko wprowadzający widza w realia odcinka, mówiąc gdzie się znajduje i jakiej tematyki będzie się trzymać.

Średnia długość odcinków *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza* wynosiła 24 minuty i 45 sekund, z czego najwięcej czasu, ponieważ średnio 16 minut i 51 sekund zostało poświęcone gotowaniu. W każdym odcinku swojego programu Robert Makłowicz pokazywał od 3 do 4 dań wraz z całym procesem ich przygotowania. Średnio raz na odcinek pojawiał się gość, który zazwyczaj był profesjonalnym kucharzem reprezentującym region, który był przedstawiany. Jego rola sprowadzała się do zaprezentowania danej potrawy i nie brał udziału w dalszej części odcinka. Dania prezentowane w *Podróżach kulinarnych* były w większości przypadków tradycyjnymi potrawami danego regionu znalezionymi często w książce kucharskiej – „Wertując turecką

książkę kucharską znalazłem oto przepis na sałatkę z buraków”[69] i wykorzystywały składniki szeroko dostępne dla polskiego odbiorcy.

Opowieści o kulturze i historii pojawiały się podczas gotowania, jedzenia w restauracjach, czy jako luźne anegdoty, lecz konkretne poświęcone im segmenty zajmowały średnio 4 minuty, czyli ok. 16% czasu trwania całego odcinka. Jako segmenty kulturowe brane pod uwagę były: odwiedzanie sklepów, muzeów, targów lub momenty, w których Makłowicz ewidentnie poświęcał czas na opowieść o kulturze bez wszelkich dywagacji. Podobnie było z segmentami historycznymi, które ze względu na bliskość znaczeniową z segmentami kulturowymi, wymagały wyraźnego rozgraniczenia. Dlatego za historyczne uznawano wyłącznie fragmenty poświęcone konkretnym wydarzeniom z przeszłości lub postaciom historycznym.

Najmniej czasu, bo tylko 2% odcinka było poświęcone jedzeniu w restauracjach. W zdecydowanej większości analizowanych epizodów segment ten nie wystąpił w ogóle, jako że program poświęcony był bardziej przedstawianiu dań w sposób instruktażowy. W momencie, kiedy Makłowicz decydował się na prezentację potraw w lokalu, trwało to niedługo, a samych pozycji było mało.



Wykres 3. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza*
Źródło: opracowanie własne.

Na odcinek przypadało średnio 6 odwiedzonych lokalizacji, z tym, że były to prawie zawsze różne miejsca w jednej miejscowości niewiele od siebie oddalone.

[69] *Turecki smak*, odc. 118, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2004.

Odwiedzane miasta były dobrze znane, lecz czasem występowały momenty, w których Makłowicz przedstawiał mniej znaną miejscowość.

W 4 z 10 analizowanych odcinków narracja miała cechy stylu formalnego, co jednak z czasem zaczęło się zmieniać, a program zaczął przyjmować bardziej swobodną i anegdotyczną formę. Makłowicz z biegiem czasu zaczął dodawać od siebie coraz więcej osobistych wtrąceń i komentarzy, często humorystycznych. Stopień interakcji z widzem pozostawał mimo to niewielki, co w dużej mierze wynikało z uwarunkowań technologicznych tamtych czasów. Brakowało platform umożliwiających bieżący feedback, co dziś jest standardem. Wtedy kontakt z widzami mógł mieć miejsce co najwyżej za pośrednictwem listów lub maili, które trafiały do redakcji i rzadko prowadziły do realnego wpływu na formułę programu.

Program nagrywany był w formacie 4:3, co z dzisiejszej perspektywy sprawia wrażenie ściśniętego kadru, ograniczającego przestrzeń wizualną. Montaż opierał się na prostych cięciach bez efektów specjalnych, choć w niektórych odcinkach stosowano wyszukane przejścia, co sprawiało jednak wrażenie eksperymentalności, gdyż nie występowały one w większości odcinków. Średni czas trwania przebitek w odcinku to 1 minuta i 20 sekund, co przekłada się na 5,4% trwania całego odcinka. Pojawiały się one najczęściej jako krótkie ujęcia pomiędzy segmentami narracyjnymi lub jako ilustracje słów Makłowicza, gdy ten opowiadał o lokalnej architekturze czy obyczajach. Dominowały panoramy, zabytki, uliczne sceny czy tłumy gapiów podczas gotowania. Kolorystyka programu, ze względu na wykorzystaną technologię była dość ciemna z wyblakłymi czerniami i zdesaturowanymi kolorami. Nie dodawano wielu grafik, ani tekstu na ekranie, poza tytułem odcinka, oraz momentami, w których wyświetlano nazwę potrawy, która była w danym momencie przygotowywana, składniki i często jej zdjęcie.

Fot. 3. Przykład grafiki dodawanej w postprodukcji w programie *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* (Źródło: *Smak włoskiego snobizmu*, odc. 125, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2004).

Muzyka towarzysząca programom była w znacznej większości przypadków dodawana w postprodukcji, z rzadka zdarzało się, że pokazani byli na przykład uliczni wykonawcy lub słychać było muzykę w tle. Muzyka była instrumentalna i stanowiła neutralne tło, mające nie rozpraszać widza. Dobór utworów był zgodny z klimatem kulturowym odwiedzanego miejsca. Miały one charakter ilustracyjny i były wykorzystywana oszczędnie, najczęściej jako tło podczas przebitek lub przyciszone przy wypowiedziach Makłowicza.

Żaden z analizowanych odcinków nie zawierał płatnej promocji, lokowania produktu ani w żaden sposób nie informował widza o tym, jakoby miałby być sponsorowany. Wykorzystywane przez Makłowicza produkty najczęściej były pozbawione oryginalnego opakowania, lub zakupione na miejscu od lokalnych producentów.

Na zakończenie odcinków zamiast planszy końcowej z napisami, widoczny był Makłowicz, poruszający poboczne kwestie, a napisy końcowe wyświetlano na dole ekranu w formie szybko przewijających się znaków. Po pożegnaniu się z widzem pojawiała się grafika z logiem producenta programu – PROMISS Ewa Wachowicz i następował koniec programu.

Podróże kulinarne Roberta Makłowicza był formatem dosyć sztywno opartym na ramach narracyjnych. Dominowały tu instruktażowe prezentacje dań, a struktura odcinków, mimo, że nie została wypracowana jedna konkretna, była uporządkowana i

łatwa do przewidzenia. Program wyróżniał się edukacyjnym charakterem, ograniczonym kontaktem z widzem i umiarkowaną dynamiką wizualną.

3.2.2. Makłowicz w podróży

9 marca 2008 premierę miał program *Makłowicz w podróży,* liczący 221 odcinków. Program był kontynuacją wcześniejszego formatu, jednak z widocznymi zmianami zarówno pod względem realizacyjnym, jak i treściowym. Do analizy zostały wybrane następujące odcinki:

1. Odc. 5. *Górska Garda*
2. Odc. 7. *El Dorado*
3. Odc. 21. *Split*
4. Odc. 27. *Jerozolima*
5. Odc. 54. *Dublin*
6. Odc. 101. *Wyspa ogród*
7. Odc. 198. *Liptów*
8. Odc. 208. *Wiedeń cesarski*
9. Odc. 216. *Kijów do syta*
10. Odc. 217. *Manila pełna historii*

W odróżnieniu od poprzedniego zestawu, gdzie dążono do równomiernego rozłożenia odcinków w czasie, tym razem kluczowym kryterium selekcji była tematyczna i geograficzna zbieżność z odcinkami wybranymi do analizy *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza*. Dzięki takiemu podejściu możliwe było bezpośrednie prześledzenie zmian w sposobie prezentacji treści, stylu narracji i technice realizacyjnej przy zachowaniu względnie stałego kontekstu tematycznego.

Od razu zauważyć można zmianę w sposobie tytułowania odcinków. W poprzednim programie dominowały tytuły oparte na formule *smak miejsca* lub *miejscowy smak*. Sugerowało to, że głównym tematem programu jest smak jako nośnik kultury – potrawy stanowiły główny punkt odcinków. W serii *Makłowicz w podróży* odcinki były zatytułowane znacznie prościej, przeważnie pojawia się nazwa odwiedzanego miasta, regionu lub kraju, ewentualnie z dodatkiem epitetu. Taka zmiana może wskazywać na chęć uproszczenia przekazu, zwiększenia rozpoznawalności miejsc i ułatwienia odbiorcom identyfikacji treści.

Każdy odcinek rozpoczyna trwająca 33 sekundy czołówka imitująca obraz ze skanera rentgenowskiego do inspekcji bagażu podczas odprawy na lotnisku. Widoczne na

ekranie są walizki z produktami spożywczymi oraz przenośnym AGD kuchennym wykorzystywanym podczas nagrywania programu. Już w tym momencie czołówki widać zmianę akcentów w programie. Podczas, gdy czołówka *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza* skupiała się *stricte* na gotowaniu, tutaj wątki kulinarny i podróżniczy stawiane są na równi. Oprócz walizek, przez ekran przewijają się też nazwy miejsc zestawione z potrawami potwierdzając współistnienie tych dwóch kluczowych dla nowego formatu motywów[70]. Stronie wizualnej towarzyszy energiczna muzyka jazzowa oraz komunikat głosowy z terminala lotniczego przywołujący Roberta Makłowicza. Po tej sekwencji pojawia się plansza tytułowa naśladująca paszport prowadzącego i następuje cięcie do właściwej części programu. Podobnie jak w poprzednim programie, od razu po czołówce pojawiał się duży napis z numerem odcinka oraz jego tytułem, ale dodatkowo również numer podróży i odwiedzany kraj. Następnie Makłowicz, często zaczynając od anegdoty, mówił gdzie się znajduje i rozpoczynał program.

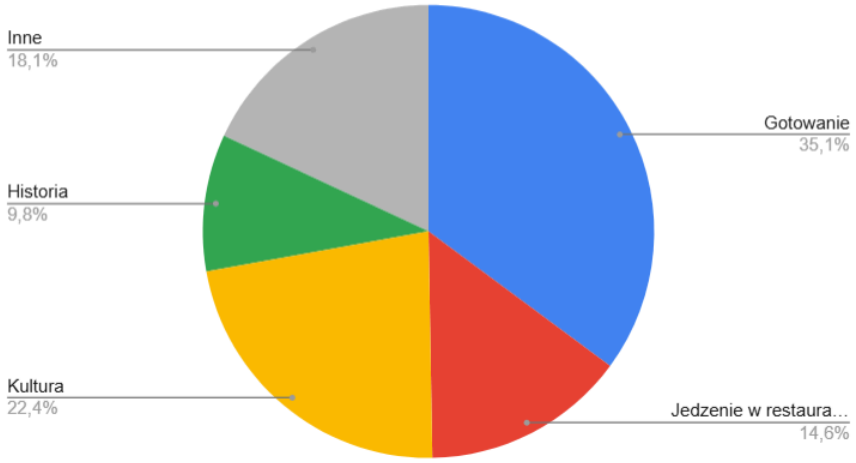
Długość odcinków *Makłowicza w podróży* nie uległa praktycznie żadnej zmianie – wynosiła średnio 24 minuty i 44 sekundy, czyli zaledwie o sekundę mniej niż w poprzednim programie. Trudno mówić tu o jakiejkolwiek istotnej różnicy. Widać ją jednak w długości segmentów tematycznych. Podczas, gdy w *Podróżach kulinarnych* większość odcinka poświęcona była gotowaniu, tutaj dużą część poświęcono na rzecz opowieści na temat kultury i historii. Gotowanie nadal pozostało najdłuższym segmentem, zajmującym 35,11% całości programu, choć widać znaczną zmianę podejścia do tego fragmentu. Ze względu na skrócony czas Makłowicz przedstawiał mniej potraw, oraz rzadziej pojawiali się goście będący kucharzami, którzy by je prezentowali. Większość prezentowanych potraw opierała się na tradycyjnych przepisach danego regionu, podobnie jak wcześniej, jednak częściej od poprzedniej serii wybierane były potrawy wymagające bardziej egzotycznych składników, które dla polskiego odbiorcy mogły być mniej dostępne. Gotowaniu towarzyszyły krótkie komentarze historyczne i kulturowe, a sam proces był ujęty w bardziej dynamicznej formie niż poprzednio.

Segmentom poświęconym kulturze i historii definiowanym ciągle w ten sam sposób poświęcono więcej uwagi, dzięki skróceniu czasu, w którym zajmowano się gotowaniem. Ich udział w programie wzrósł dwukrotnie z 16% do 32,2% całości, co sprawiło, że wątki kulturowe i historyczne zaczęły dorównywać kulinarnym, zmniejszając wcześniejszą dominację tematyki kulinarnej, oraz przyczyniło się do większego

[70] B. Matuszczyk, *Autokreacja wizerunku Roberta Makłowicza na przykładzie programu telewizyjnego Makłowicz w podróży,* „Linguarum silva" 2017, t. 6, s. 145.

zrównoważenia treści. Taka zmiana sprawiała, że program coraz bardziej zbliżał się do formatu eseju podróżniczo-kulinarnego, w którym jedzenie stanowiło pretekst do głębszej refleksji nad miejscem, tradycją i tożsamością lokalną.

Większego znaczenia nabrały również wizyty w restauracjach, w których Makłowicz mógł prezentować lokalne potrawy bez poświęcania czasu na ich przyrządzanie. Ze znikomych 2%, w *Makłowiczu w podróży* przedstawianie dań w ten sposób zwiększyło swoje pokrycie czasowe do 14,6%, czyli średnio 3 minut i 37 sekund. Można przypuszczać, że na taką zmianę w formie prezentacji mogło wpłynąć kilka czynników. Po pierwsze rosnąca popularność programów kulinarnych oraz zmieniające się oczekiwania widzów. Obecność Makłowicza w restauracjach mogła pokazywać autentyczność i różnorodność gastronomii w odwiedzanym miejscu, co jest atrakcyjne dla widzów szukających inspiracji do własnych podróży. Kolejnym czynnikiem mógł być wzrost świadomości kulinarnej. Zgodnie z założeniem programu kuchnia nie była przedstawiana tylko jako sposób na odżywianie się, ale jako forma sztuki i lokalnej kultury. Dodatkowo, z punktu widzenia produkcji programu mogło to być powodowane chęcią zwiększenia dynamiki i różnorodności odcinków. Wizyty w restauracjach pozwoliły na efektywniejsze wykorzystanie czasu antenowego oraz prezentację większej ilości dań.



Wykres 4. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Makłowicza w podróży*
Źródło: opracowanie własne.

Zwiększyła się również ilość i różnorodność miejsc odwiedzanych w ramach jednego odcinka. Widzowi przedstawiano średnio 11 lokalizacji na odcinek co jest prawie dwukrotnie większą liczbą w porównaniu do *Podróży kulinarnych*. Dodatkowo postawiono tu również na większe zróżnicowanie, ponieważ niektóre miejsca potrafiły być oddalone

od siebie o kilometry, a sama narracja była prowadzona w formie podróży z punktu do punktu, niżeli na przykład w kilku blisko położonych miejscach tego samego miasta.

Narracja stawała się coraz bardziej swobodna, z coraz liczniejszymi osobistymi komentarzami Makłowicza, żartami i wtrąceniami. Styl prowadzenia zyskał na lekkości, choć nie tracił na merytoryczności. Widać większą pewność siebie prowadzącego oraz rozbudowanie jego autorskiego stylu. Mimo znacząco większej liczby bezpośrednich zwrotów do widza, Makłowicz wciąż nie wchodził z nim w interakcję, co wynikało z ograniczeń formy. Ta zmiana stylu świadczy o stopniowej ewolucji formatu z klasycznego programu kulinarnego ku bardziej osobistej relacji z podróży. Dzięki temu narracja stawała się bliższa odbiorcy, nawet jeśli nie bezpośrednio interaktywna.

Program realizowany był w formacie 16:9, co pozwalało na znacznie szersze i bardziej przestrzenne kadry niż w poprzedniej serii. Jakość obrazu uległa wyraźnej poprawie, oferując bardziej naturalne kolory. Montaż charakteryzował się większą dynamiką, dzięki czemu całość zyskała płynniejszy i bardziej nowoczesny charakter, zachowując jednocześnie przejrzystość i spójność narracji. Średni czas trwania przebitek to 2 minuty i 2 sekundy, czyli 8,22% długości całości.

Zrezygnowano ze stosowanej w poprzednim programie praktyki dodawania grafik i listy składników pojawiających się przy gotowaniu. Składniki były przez Makłowicza wymieniane werbalnie oraz pokazywane przez niego do kamery. Przepisy wraz z potrzebnymi składnikami były umieszczane na niedostępnej już dziś stronie internetowej www.*maklowiczwpodrozy.itvp.pl* o czym widza informował tekst wyświetlany krótko kilka razy podczas segmentu z gotowaniem. Zdarzało się też, że na dole ekranu dodawano napisy zawierające tłumaczenie wypowiedzi, w przypadkach, kiedy porozumiewano się językiem obcym, a Makłowicz nie tłumaczył ich osobiście. Częściej jednak przyjmowano zasadę polegającą na tym, że po wypowiedzi w obcym języku prowadzący sam do kamery tłumaczył je nie zawsze słowo w słowo, a często parafrazując tak, żeby je skrócić nie tracąc na sensie i kontekście.

Fot. 4. Przykład grafiki dodawanej w postprodukcji w programie *Makłowicz w podróży* (Źródło: *Dublin*, odc. 54, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s.c. dla TVP S.A., 2010).

Zastosowanie muzyki nie zmieniło się od *Podróży kulinarnych* – nadal stosowano ją w podobny sposób, głównie przy przebitkach, a jej natężenie było regulowane w zależności od kontekstu. Utwory dobierano na tej samej zasadzie co wcześniej, stosując kryterium etniczności, tym samym wpasowując się w kulturę i klimat odwiedzanych miejsc.

W analizowanych odcinkach nie pojawiały się klasyczne lokowania produktu. Czasem widoczne były etykiety produktów, jednak nie miały one charakteru promocyjnego. Odcinki nie zawierały również informacji o sponsorach, choć, jak wspominał sam Robert Makłowicz: „Jeśli byliśmy w Urugwaju, to dlatego, że zaprosili nas producenci win oraz Ministerstwo Turystyki. Na Jamajkę zaprosili nas producenci kawy. [...] Można ich nazwać sponsorami, ale oni tylko wskazują miejsce, którym się chcą pochwalić”[71].

Odcinki kończyły się najczęściej krótkim podsumowaniem, dewizą lub przemyśleniem, z którym Makłowicz zostawiał widza, po czym następowało przejście do czerni i pojawienie się napisów końcowych, podczas których puszczona była najczęściej muzyka zbliżona do tej z czołówki, rzadziej kontynuowana muzyka, która grała przed pojawieniem się napisów, a z lewej strony na wąskim pasku przewijał się obraz ze skanera rentgenowskiego tworząc spójną całość stylistyczną.

Makłowicz w podróży to program bardziej dojrzały i kompleksowy niż jego poprzednik. Położono w nim większy nacisk na aspekt kulturowy i historyczny, a

[71] M. Sosnowski, *Poziom smaku*, „Press” 2004, nr 8, s. 22.

jednocześnie poprawiono jakość realizacyjną i uatrakcyjniono formę wizualną. Widać wyraźny rozwój stylu Makłowicza jako prowadzącego – staje się on bardziej osobisty, charakterystyczny i niezależny.

3.2.3. Makłowicz w drodze

Po zakończeniu współpracy z TVP w 2017 roku, Robert Makłowicz rozpoczął program *Makłowicz w drodze* na antenie Food Network. Seria zakończyła się w 2019 roku i liczyła 31 odcinków, z których analizie poddano 10:

1. Odc. 1. *Stolica Tyrolu*
2. Odc. 6. *Huculszczyzna*
3. Odc. 9. *Phnom Penh*
4. Odc. 14. *Z morza*
5. Odc. 15. *Flandria dla koneserów*
6. Odc. 19. *Jak z filmu*
7. Odc. 20. *Istria*
8. Odc. 21. *Górzysty skarbiec*
9. Odc. 27. *Galicja wciąż żywa*
10. Odc. 29. *Wyprawa*

Dokonano wyboru celowego, żeby zachować jak największą zbieżność z odcinkami pierwszego programu, jednak z powodu znacznie mniejszej liczby odcinków, które składały się na całość *Makłowicza w drodze*, a co za tym idzie, zmniejszonej liczby odwiedzonych regionów, nie zawsze możliwe było dopasowanie odcinka pod kątem kultury, lub geografii. W takich przypadkach do analizy zostały wybrane odcinki, w taki sposób, żeby w miarę możliwości pokryły równomiernie okres emisji.

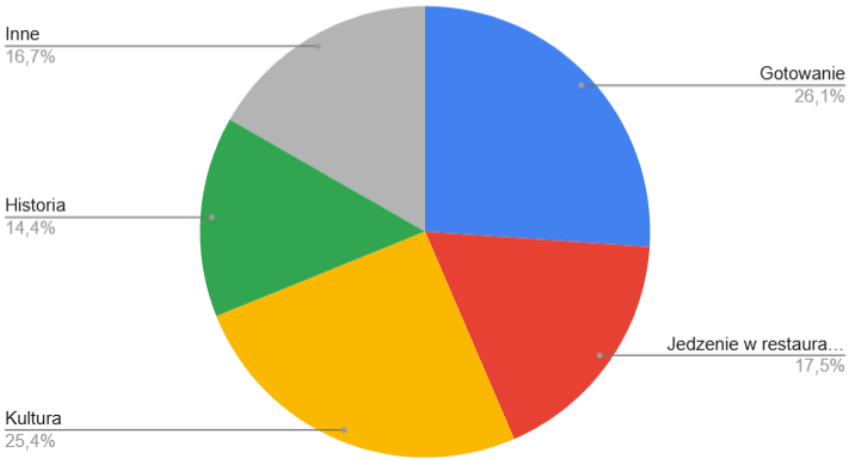
W serii tej można zauważyć tendencję, do tytułowania odcinków w formule bardziej swobodnej i różnorodnej. Występują tutaj zarówno nazwy miejsc, podobnie jak w większości odcinków *Makłowicza w podróży*, bardziej metaforyczne tytuły, jak chociażby *Z morza* lub *Górzysty skarbiec*. Pojawiają się też nacechowane interpretacyjnie, takie jak *Galicja wciąż żywa*, czy *Flandria dla koneserów*. Widać tu odejście od jednej, dominującej formy w sposobie tytułowania odcinków, co świadczyć może o kroku w stronę bardziej eseistycznego i osobistego sposobu prowadzenia programu.

Odcinki rozpoczynają się trzydziesto sekundową czołówką składającą się z prostego, lecz dynamicznego kolażu zarówno kadrów z Makłowiczem podczas gotowania i w restauracjach oraz przebitek natury. Całości towarzyszy muzyka w stylu country, która

jako pierwsza z utworów stosowanych w czołówkach programów Roberta Makłowicza nie jest muzyką instrumentalną. Intro kończy się prostą planszą tytułową składającą się z tytułu programu na czarnym tle. Po rozpoczęciu głównej części odcinka nie pojawia się jego tytuł, ani żadna tekstowa informacja o miejscu akcji. Zamiast tego o regionie, który będzie przedstawiany w odcinku mówi sam Robert Makłowicz, często informację tę poprzedzając osobistym komentarzem lub anegdotą.

Czas trwania pojedynczych odcinków programu uległ skróceniu względem poprzednich serii o minutę, co sprawiło, że średnia ich długość wyniosła 23 minuty i 24 sekundy. Wyraźnie widać, jak zmianom uległy czasy trwania pojedynczych segmentów tematycznych. Gotowanie potraw przez prowadzącego straciło na znaczeniu, ustępując część swojego czasu reszcie. W programie tym zajęło średnio 6 minut i 6 sekund, co przekłada się na 26,07% notując wyraźny spadek. *Makłowicz w drodze* oferował widzowi już najczęściej 1 fragment poświęcony przyrządzaniu potraw na odcinek, w którym pokazywał 1 danie. Przez to rzadziej występowali goście będący profesjonalnymi szefami kuchni, chociaż ogólna liczba gości znacznie zwiększyła się. Najczęściej byli to wytwórcy lokalnych produktów lub przedstawiciele lokalnych kultur i mniej popularnych w innych częściach świata profesji.

Zmniejszenie znaczenia segmentów, w których Robert Makłowicz w sposób instruktażowy prezentował potrawy sprawiło, że znacznemu wydłużeniu uległy te poświęcone kulturze i historii. Zajęły one 39,8% całości sprawiając, że stały się one głównym tematem programów, po raz pierwszy wyprzedzając całkowitą długość gotowania.



Wykres 5. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Makłowicza w drodze*

Źródło: opracowanie własne.

Miejsca prezentowane w trakcie jednego odcinka programu dobierane były tak, żeby nie wykraczały poza narzucony region, ale były różnorodne. Nie skupiano się na przykład na jednym konkretnym mieście, ale często prezentowano okoliczne wsie. Narracja, podobnie jak w poprzedniej serii przyjmowała formę podróży. Można dostrzec różnicę w stylu jej prowadzenia – zwiększyła się ilość personalnych komentarzy i swobodnych wtrąceń ze strony Makłowicza oraz bezpośrednich zwrotów do widzów, co zmniejszyło dystans między odbiorcą a prowadzącym.

Program, podobnie jak jego poprzednik, realizowany był w rozdzielczości Full HD, co zapewniało wyraźny i szczegółowy obraz dostosowany do współczesnych standardów emisji. Kolory utrzymane zostały w naturalnej palecie, bez nadmiernej korekcji. Minimalna ingerencja w obraz podczas postprodukcji podkreślała realizm i szczerość przekazu, dzięki czemu strona wizualna zachowywała spójność z merytoryczną treścią programu. Stosowane w odcinkach przebitki trwały średnio 3 minuty i 2 sekundy, będąc tym samym najdłuższymi przebitkami stosowanymi we wszystkich programach pod względem procentowym stanowiąc 12,96% długości odcinka.

Jedyną grafiką dodaną w postprodukcji były informacje o osobach wypowiadających się pojawiające się na początku pierwszych ich wypowiedzi w formie tak zwanych lower-thirds (nakładek graficznych naniesionych na dolną część ekranu).

Fot. 5. Przykład grafiki dodawanej w postprodukcji w programie *Makłowicz w drodze* (Źródło: *Galicja wciąż żywa*, odc. 27, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019).

Warstwa dźwiękowa pozostała wierna sprawdzonym rozwiązaniom – dominują kompozycje instrumentalne, subtelnie wpisujące się w charakter odwiedzanych miejsc. Dobór muzyki opiera się na wyczuciu lokalnego kolorytu, dzięki czemu ścieżka dźwiękowa harmonijnie współgra z obrazem i nie wybija się na pierwszy plan. W sytuacjach, gdy w programie pojawiają się dialogi prowadzone w językach obcych, wprowadzany jest polski lektor, który tłumaczy wypowiedzi rozmówców.

W programie, podobnie jak wcześniej nie stosowano żadnych form reklamy, ani lokowania produktów, co wynikało z niechęci Roberta Makłowicza do tego rodzaju działań. Jak sam twierdził, „Zauważam w innych programach problem *product placement*, ale mnie on nie dotyczy”[72].

Sposób kończenia odcinków pozostał niezmieniony względem poprzedniego programu – Makłowicz nie żegnał się z widzem w klasyczny sposób, a zostawiał go z pewnym przesłaniem lub refleksją, które miały zainspirować do dalszego zainteresowania się danym tematem, po czym następowało przejście do napisów końcowych utrzymanych w stylistyce czołówki. Obok planszy z przewijającymi się napisami był kolaż z ujęciami z programu, a wszystkiemu towarzyszyła kontynuacja muzyki z intro.

[72] M. Sosnowski, *Poziom smaku*, „Press” 2004, nr 8, s. 22.

3.2.4. Makłowicz w Polsce

Program ten bywa traktowany jako fragment *Makłowicza w drodze*, lub jako jego osobny sezon, głównie ze względu na bardzo liczne podobieństwa. Czołówka pozostała niemal identyczna, styl prowadzenia nie uległ zmianie, a sam program często klasyfikowany jest jako kontynuacja poprzedniego cyklu. Dodatkowo, nie pojawił się on jako zupełnie nowy program po zakończeniu wcześniejszego, lecz czasowo go zastąpił zajmując jego miejsce w emisji, po czym *Makłowicz w drodze* był kontynuowany. Praca ta jednak traktuje program ten jako oddzielną i niezależną całość, ponieważ tak właśnie robione jest to na oficjalnej platformie VOD, na której jest on opublikowany, czyli należącej do grupy TVN platformie Player, oraz ze względu na sam fakt, że programowi została nadana wyraźnie odrębna nazwa.

Do analizy programu wybrano tylko 8 odcinków, ponieważ tyle liczyła całość produkcji.

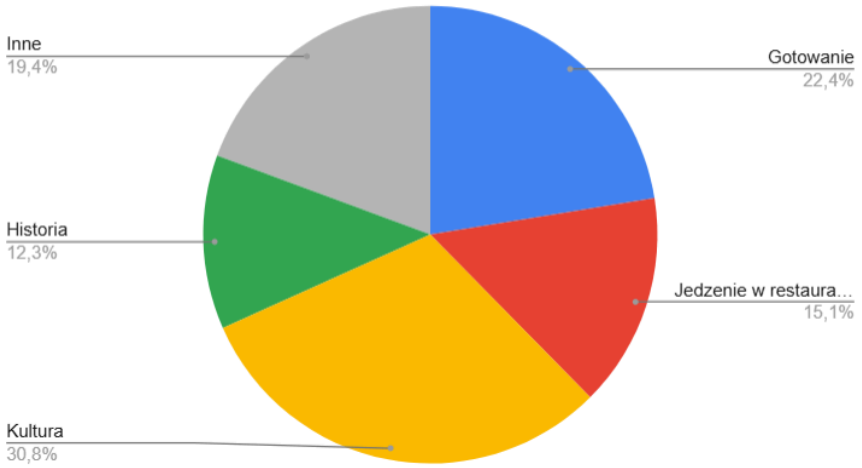
1. Odc. 1. *Wokół Wolsztyna*
2. Odc. 2. *Wielkopolski porządek*
3. Odc. 3. *Nad Odrą*
4. Odc. 4. *Lubuskie wino*
5. Odc. 5. *Bieszczady*
6. Odc. 6. *Krosno i okolice*
7. Odc. 7. *Beskid Niski*
8. Odc. 8. *Gorce*

Podobnie jak w serii *Makłowicz w drodze* tytuły są tu stosunkowo oszczędne i precyzyjne opierając się głównie na nazwach regionów i miast. Często opierają się na prostych konstrukcjach przyimkowych lub metaforycznych, co pozwala na uchwycenie klimatu miejsca w samym już tytule.

Czołówka *Makłowicza w Polsce* jest praktycznie identyczna z tą z *Makłowicza w drodze*. Zawiera energicznie montowany kolaż ujęć Roberta Makłowicza oraz przebitek, któremu towarzyszy ten sam utwór. Jedyną różnicą jest tu dobór ujęć, jako że zawarte są tu fragmenty tego programu. Również plansza tytułowa wprowadzona jest w sposób identyczny jak w *Makłowiczu w drodze* z różnicą, że zmieniono tytuł programu. Następnie, także bez podania tytułu odcinka Robert Makłowicz zapowiada, w której części Polski się znajduje, oraz czym będzie się zajmować.

Makłowicz w Polsce kontynuuje format wypracowany w poprzednim cyklu, a długość poszczególnych odcinków pozostaje bardzo zbliżona wynosząc średnio 23 minuty

i 28 sekund. Również proporcje między segmentami tematycznymi zachowały się niemal bez zmian, potwierdzając stabilizację formuły i układu treści w tym okresie działalności Makłowicza. Segmenty kulinarne utrzymały porównywalny czas trwania, a prowadzący w dalszym ciągu prezentował zazwyczaj jedno danie na odcinek. Opowieści o kulturze i historii pozostały najistotniejszymi elementami.



Wykres 5. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Makłowicza w Polsce*
Źródło: opracowanie własne.

W każdym odcinku program koncentrował się na jednym konkretnym regionie Polski, odwiedzając zarówno miasta, jak i wsie, które nie zawsze leżały bezpośrednio w ich bliskim sąsiedztwie, ale zawsze w obrębie tego samego regionu. Łącznie prezentowano średnio około 10 różnych miejsc na odcinek, co pozwalało zachować różnorodność i pełniejszy obraz lokalnej kultury. W narracji można zauważyć zwiększenie liczby personalnych komentarzy, które nadają programowi bardziej indywidualny charakter. Ich ilość jest zbliżona do tej znanej z *Makłowicza w drodze*, co sprawia, że styl staje się bardziej swobodny i angażujący, a relacja z widzem bliższa, choć wciąż nie w pełni interaktywna. Wykorzystywane utwory to nadal muzyka instrumentalna, starannie dopasowana do specyfiki regionu, w którym toczy się akcja, jak w poprzednich produkcjach.

Od strony technicznej program prezentuje się niemal identycznie jak *Makłowicz w drodze*. Materiał został nagrany w tej samej rozdzielczości, kolorystyka pozostała naturalna, a ingerencja w obraz była minimalna. W trakcie emisji nie pojawiają się dodatkowe grafiki z wyjątkiem podpisów informujących o tym, kim jest wypowiadająca się w danym momencie osoba. Nie reklamowano też żadnych produktów i usług.

Makłowicz zachęcał tylko widzów do odwiedzenia regionu, co nie było jednak formą materiałów sponsorowanych.

3.2.5. Autorski kanał Roberta Makłowicza na YouTube

Po zakończeniu współpracy z publicznymi nadawcami, Robert Makłowicz zadebiutował w 2020 roku na platformie YouTube, tworząc autorski kanał, który szybko zyskał dużą publiczność. W odróżnieniu od telewizyjnych formatów, ten projekt daje twórcy pełną swobodę artystyczną. Tak jak w poprzednich sytuacjach, odcinki do analizy zostały wybrane tak, aby obejmowały miejsca jak najbardziej zbliżone do tych prezentowanych w analizowanych odcinkach *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza:*

1. Odc. 42. *Znów do Dalmacji*
2. Odc. 98. *Cudna Garda*
3. Odc. 115. *Śladami Majów*
4. Odc. 128. *Morze Martwe i cuda Petry*
5. Odc. 139. *Dublin doskonały*
6. Odc. 141. *Śladami dawnej Warszawy*
7. Odc. 161. *W lasach Madery*
8. Odc. 170. *Tunelem pod dżunglą*
9. Odc. 197. *Krakowskim kulinarnym szlakiem*
10. Odc. 198. *W czeskim raju*

W tytułach zauważyć można największą swobodę. W przeciwieństwie do wcześniejszych serii nie są ujęte w żadną sztywną formułę, więc są one często dłuższe, bardziej emocjonalne i nacechowane subiektywnym tonem. Niektóre z nich brzmią jak początek eseju, inne jak tytuł reportażu czy notatki z dziennika podróży. Tego typu zabiegi mogą wynikać z innego charakteru medium, jako że YouTube pozwala na większą ekspresję, a tytuły pełnią również funkcję marketingową, mającą przyciągnąć uwagę odbiorców.

Znacząca zmiana nastąpiła również w samej strukturze odcinka. Brakuje tu tradycyjnej czołówki, która budowała tożsamość programu. Zamiast tego, materiał rozpoczyna się zazwyczaj od krótkiego ogłoszenia sponsorskiego, co stanowi nowy element wynikający z internetowego modelu finansowania twórczości, a następnie pojawia się około sześciosekundowa plansza z informacją o odwiedzanym miejscu oraz imieniem i nazwiskiem Makłowicza, po której następuje sekwencja przebitek, najczęściej ujęć z drona, opatrzona muzyką. Taki wstęp szybko przechodzi w główną część odcinka. Zaczyna się ona przywitaniem się Makłowicza z widzami, po czym prowadzący nierzadko dzieli się

anegdotą z podróży, wspomina o kulisach dotarcia na miejsce lub dzieli się pierwszymi wrażeniami, zachwycając się urodą okolicy. Tego typu wprowadzenie nadaje programowi charakter spontanicznego spotkania, w którym widz ma poczucie, że uczestniczy w autentycznym doświadczeniu, a nie w z góry zaplanowanej i wyreżyserowanej relacji. Takie rozpoczęcie często pełni funkcję osobistego komentarza, budując atmosferę bezpośredniości i bliskości z odbiorcą, charakterystyczną dla formatu internetowego.

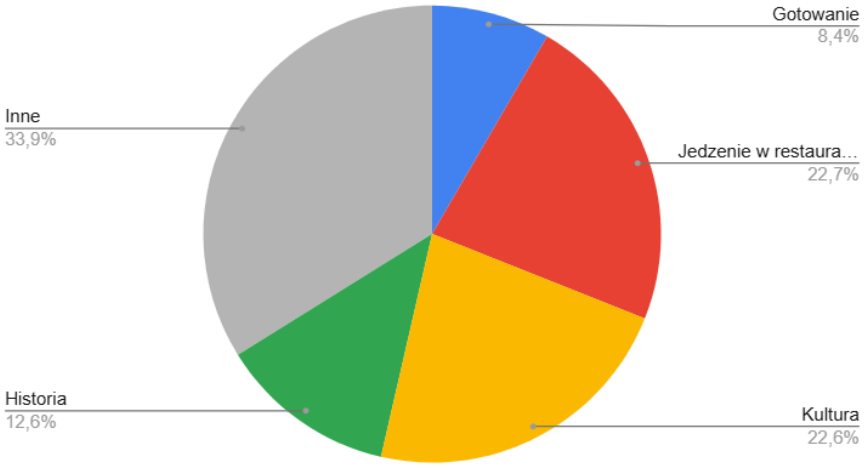
Zmiana medium z telewizji na internet przyniosła także znaczącą swobodę w zakresie długości odcinków. W przeciwieństwie do sztywno określonego czasu antenowego, który w przypadku programów telewizyjnych Makłowicza wynosił średnio niecałe 25 minut, YouTube pozwala na większą elastyczność. Odcinki publikowane na tej platformie trwają średnio 36 minut, choć niektóre z nich przekraczają 40 minut dochodząc nawet do 45. Taka zmiana pozwala na spokojniejsze tempo narracji bez potrzeby selekcjonowania wątków, czy skracania wypowiedzi. Dzięki temu, prowadzący może poświęcić więcej czasu na detale, dłuższe ujęcia czy rozwinięcie refleksji, a całość zyskuje bardziej naturalny rytm i większą głębię. W tym formacie pojawia się też największa rozbieżność długości odcinków, co podkreśla brak ograniczeń zewnętrznych.

Po programach na YouTube widać też, jak zmieniły się priorytety w programie. Segmenty kulinarne, które wcześniej stanowiły trzon programu, na YouTubie ustępują miejsca innym elementom. Obecnie gotowanie zajmuje średnio zaledwie 8,38% czasu, a w niektórych odcinkach znika zupełnie. Powoduje to, że liczba gości w programie spada jeszcze drastyczniej, a jeśli się pojawiają, to rozmowa częściej prowadzona jest w restauracji, niż podczas gotowania. Również jeśli występuje segment z gotowaniem, Robert Makłowicz jest bardziej skłonny do tworzenia wariacji na temat tradycyjnych dań niż we wcześniejszych programach, gdzie bardziej trzymał się oryginalnych przepisów.

Kultura i historia, zajęła razem 35,11% średniej długości odcinka. Segmenty te na YouTube mają bardziej narracyjny i osobisty charakter niż w tradycyjnej telewizji. Makłowicz często wplata wątek historyczny w formie opowieści, anegdot lub refleksji, co pozwala widzowi nie tylko przyswoić fakty, ale też poczuć emocjonalną więź z miejscem. Na kanale Roberta Makłowicza segmenty te pełnią nie tylko funkcję uzupełniającą, ale stają się samodzielną i równie ważną częścią programu.

Segmenty poświęcone restauracjom w internetowym formacie Roberta Makłowicza zyskały na znaczeniu i obecnie zajmują aż 22,65% średniej długości odcinka, co stawia je na drugim miejscu, zaraz za wątkami kulturowymi i historycznymi. Biorąc pod uwagę, że segmenty z gotowaniem zajmują już tylko niewielką część czasu, to właśnie wizyty w

lokalach gastronomicznych przejęły ich funkcję głównego medium przekazu wiedzy o kulinariach. Widzowie mają okazję nie tylko zobaczyć gotowe potrawy, ale przede wszystkim poznać ich kontekst kulturowy, historię i znaczenie, które Makłowicz często przybliża przy stole.



Wykres 7. Średni czas trwania segmentów w odcinkach programu Roberta Makłowicza na Youtube
Źródło: opracowanie własne.

Ilość miejsc odwiedzonych w ramach jednego odcinka wynosi średnio 10 i jest uzależniona od specyfiki oraz charakterystyki prezentowanego regionu. W niektórych przypadkach program prezentuje zarówno miasta, jak i okoliczne wsie, natomiast w innych odcinkach skupiono się wyłącznie na jednym typie miejscowości. Warto również zauważyć, że rozmieszczenie odwiedzanych miejsc bywa zróżnicowane. Raz wszystkie znajdują się w obrębie jednej miejscowości lub jej najbliższych okolic, a kiedy indziej rozproszone są na większym obszarze, obejmującym cały region.

Narracja w tym formacie jest prowadzona w sposób najbardziej swobodny ze wszystkich dotychczasowych programów Roberta Makłowicza co wynika z braku narzuconych przez telewizję ram czasowych i formalnych. Może on pozwolić sobie na dygresje, osobiste refleksje i nieoczekiwane zmiany tematu, które to nieokreślone żadnym segmentem, ujęte podczas analizy w grupę *Inne* zajmują średnio 33,86% programu, czyli prawie tyle samo co czasy poświęcone na opowieści o kulturze i historii razem wzięte. Taki sposób opowiadania zbliża program do formy vloga czy eseju filmowego, gdzie najważniejsze staje się subiektywne doświadczenie miejsca i towarzyszące mu emocje. Korzystanie z platformy YouTube przynosi jeszcze więcej zalet w postaci możliwości uzyskania natychmiastowego feedbacku od widzów oraz uzyskania interaktywności w

stopniu, w jakim nigdy wcześniej nie było to możliwe. Poprzez komentarze, które Robert Makłowicz czyta, czasem nawet na nie odpowiadając, widzowie mogą, oprócz wyrażenia swojej opinii, podsuwać swoje pomysły, rozwiązania, dopowiadać rzeczy, które nie zostały poruszone i wiele innych rzeczy, podczas gdy sam prowadzący może czerpać z nich inspiracje. W celu zwiększenia stopnia interakcji ze swoimi odbiorcami, Makłowicz organizuje czasami transmisje na żywo, w ramach których realizuje format Q&A (forma komunikacji, w którym osoba lub grupa osób zadaje pytania, podczas gdy inna osoba udziela na nie odpowiedzi) pozwalając tym samym na bezpośredni kontakt z publicznością. Dzięki temu widzowie nie są już wyłącznie biernymi konsumentami treści, lecz aktywnymi uczestnikami.

Obraz nagrywany jest w jakości 4K a kolory są żywe i jaskrawe. Montaż zbliżony jest stylem do poprzednich programów, głównie dlatego, że odpowiada za niego ta sama osoba, będąca jednocześnie operatorem kamery. W programie, oprócz zastosowania tradycyjnie wykorzystywanej kamery, czasem pojawiają się ujęcia z drona lub wodoodpornej kamery sportowej, w przypadkach kiedy zachodzi potrzeba nagrania ujęcia w wodzie lub pod nią. Kiedy używany jest materiał z tejże kamery, ścieżkę dźwiękową nagrywaną z tyczki zastępuje przytłumiony przez wodoodporne etui kamery dźwięk z wbudowanego w nią mikrofonu, którą to różnicę wyraźnie słychać. Montaż jest spokojny, bez zbędnych ozdobników i przejść, a średni czas trwania przebitek wynosi 3 minuty 11 sekund stanowiąc 8,8% całej długości odcinka i zazwyczaj są to przebitki w formie wideo, choć z rzadka zdarzają się dodane w postprodukcji zdjęcia i obrazy, co w analizowanych odcinkach miało miejsce tylko dwa razy i w obu przypadkach wyniosło po niecałe pół minuty. Do odcinków nie dodawane są żadne grafiki ani teksty, co podkreśla naturalność formy. Muzyka jest spójna z poprzednimi odsłonami, zwykle instrumentalna i dobrana do kulturowego kontekstu miejsca pełniąca funkcję tła. Czasami zastępowana jest nagraniami ulicznych wykonawców, lub zamiast niej wykorzystuje się dźwięk tła, który mógłby wchodzić konflikt z dodaną muzyką.

Program na YouTube, choć oferuje Makłowiczowi większą wolność, wiąże się również z bardziej widoczną obecnością treści komercyjnych. Niemal każdy odcinek rozpoczyna się od krótkiego segmentu, w którym Makłowicz informuje widza o marce wspierającej realizację danego materiału. Najczęściej są to marki z sektora usług, takie jak firmy oferujące karty wielowalutowe, biura podróży lub organizacje turystyczne. Segmenty te są nienachalne, wyraźnie oddzielone od właściwej treści i nie zaburzają toku narracji, jednak stanowią integralny element struktury odcinka.

Odcinki kończą się w sposób wypracowany już przez Makłowicza podczas programu *Makłowicz w podróży*, czyli zostawiając widza z refleksją lub emocją związaną z odwiedzanym miejscem. Zauważyć można, że prowadzący upodobał sobie kończenie odcinka w restauracji, czyniąc jeden z segmentów poświęconych lokalom gastronomicznym jednocześnie finałem programu. Oczywiście nie jest to regułą i nieraz zdarza się, że odcinki kończą się w innym momencie lub miejscu.

Program Roberta Makłowicza na YouTube to format bardziej elastyczny i dostosowany do realiów współczesnych mediów niż wcześniejsze produkcje. Łączy w sobie elementy podróży, kultury, historii i kulinariów w sposób bardziej osobisty i refleksyjny. Dzięki nowemu medium Makłowicz nie tylko zyskał niezależność twórczą, ale też możliwość bezpośredniego kontaktu z widzami, co nadaje programowi nowy wymiar i pozwala budować autentyczną więź z odbiorcami.

3.3. Wyniki badań i ich interpretacja

3.3.1. Główne wnioski

Analiza 48 odcinków wybranych z każdego z programów Roberta Makłowicza, pozwala zauważyć pewne stałe elementy strukturalne i narracyjne, które pozostają charakterystyczne dla stylu prowadzącego niezależnie od zmian platformy emisji czy uwarunkowań produkcyjnych.

Jedną z najbardziej widocznych i zarazem fundamentalnych cech analizowanych programów jest ich autorski charakter. We wszystkich formatach narracja prowadzona jest w sposób subiektywny, często refleksyjny o charakterze eseistycznym. Już od samego początku przeważał luźny i anegdotyczny sposób jej prowadzenia. Jest ona bogata w osobiste refleksje i uwagi, które budują silną więź z odbiorcą. Taki sposób narracji, bazujący na doświadczeniu jednostkowym, umożliwia widzowi wejście w światopogląd autora, co znacząco podnosi wartość interpretacyjną materiału.

Kolejną istotną cechą jest konsekwentne osadzanie treści kulinarnych i podróżniczych w szerokim kontekście kulturowym i historycznym. Robert Makłowicz nie prezentuje dań ani miejsc bez wytłumaczenia ich historii, czy znaczenia kulturowego. Często przywoływane są postacie historyczne, wydarzenia, anegdoty literackie czy odniesienia do sztuki i architektury. Takie podejście czyni z programu nie tylko źródło wiedzy kulinarnej, ale także pewnego rodzaju popularyzatorski esej o kulturze.

Choć analizowane materiały wykazują liczne stałe elementy, to jednocześnie dostrzegalne są istotne różnice. Widoczne są one zarówno na poziomie struktury

odcinków, ich długości i segmentacji, a także w sposobie wykorzystania grafik dodawanych w postprodukcji, czy interakcji z odbiorcą. Programy telewizyjne były bardziej zwarte i dostosowane do wymogów antenowych, z kolei format programu na YouTube cechuje znacznie większa swoboda zarówno pod względem długości odcinka, jak i układu treści. Brak ścisłych ram czasowych pozwala na bardziej elastyczne tempo narracji oraz większy udział spontanicznej interakcji z otoczeniem.

Obraz jest zazwyczaj statyczny, kadrowanie klasyczne, a ujęcia zazwyczaj długie, pozwalające na podziwianie miejsca. Takie podejście wyraźnie kontrastuje z intensywnym montażem wielu współczesnych produkcji internetowych, które operują szybkim cięciem i intensywnym podkładem muzycznym.

Analiza średniego czasu trwania poszczególnych segmentów programów kulinarnych Roberta Makłowicza ujawnia wyraźne zmiany w rozłożeniu akcentów tematycznych na przestrzeni lat. W miarę jak zmieniały się formaty emisji, modyfikacji uległa także struktura odcinków, a wraz z nią proporcje czasu poświęcanego różnym obszarom. W najstarszym programie *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* dominowały segmenty związane z gotowaniem, stanowiąc 68% odcinków. Inne obszary, takie jak historia czy kultura, pojawiały się znacznie rzadziej i pełniły funkcję raczej uzupełniającą. W kolejnych formatach widać już przesunięcie akcentów. Choć gotowanie nadal zajmuje istotne miejsce, jego udział spada, a więcej czasu poświęca się prezentacji kultury i historii odwiedzanych miejsc. Wzrost ten świadczy o stopniowym przechodzeniu od programu stricte kulinarnego w stronę formatu bardziej podróżniczego i narracyjnego. Największa zmiana następuje jednak w serii publikowanej na platformie YouTube. Tutaj gotowanie staje się marginalne zajmując zaledwie 8,4%, ustępując czasu innym segmentom, a zwłaszcza kategorii oznaczonej jako *Inne* obejmującej między innymi komentarze Makłowicza, anegdoty i refleksje bezpośrednio niepowiązane z resztą segmentów. Świadczy to o nowym sposobie kontaktu z widzem, który bardziej przypomina model vlogowy niż klasyczną telewizję. Zestawienie wszystkich pięciu analizowanych formatów jasno pokazuje, że w kolejnych odsłonach twórczości Roberta Makłowicza zmieniała się zarówno funkcja programu, jak i strategia komunikacyjna. Od formatu edukacyjno-kulinarnego przeszedł on w stronę bardziej narracyjnej formy podróżniczo-kulturowej, by ostatecznie przyjąć formę osobistego dziennika z elementami lifestylowymi. Zmiana ta nie oznacza porzucenia dawnych tematów, lecz ich przekształcenie i przeformatowanie pod kątem nowych oczekiwań odbiorców oraz możliwości technicznych.

Sam czas trwania odcinków to jeden z parametrów, który może wydawać się drugorzędny, choć w rzeczywistości znacząco wpływa na rytm narracji, tempo przekazu i zakres możliwych do podjęcia tematów. W dwóch najstarszych cyklach, czyli *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* oraz *Makłowicz w podróży*, czas trwania odcinka był niemal identyczny i ściśle podporządkowany ramówce telewizyjnej. Oficjalnie wynosił on odpowiednio 25 oraz 24 minuty, a rzeczywiste długości ustalone na podstawie analizy konkretnych materiałów różniły się od tych wartości zaledwie o kilkanaście sekund wynosząc średnio 24 minuty 45 sekund dla *Podróży kulinarnych* i 24 minuty 44 sekundy dla *Makłowicza w podróży*. Narracja musiała być podporządkowana wymogom czasu antenowego w pewnym stopniu, standaryzując przebieg programu, ograniczając liczbę wątków i tematów. Dla *Makłowicza w drodze* i *Makłowicza w Polsce* czas trwania oficjalnie figuruje jako 23 minuty, choć rzeczywista długość odcinków lekko odbiega od tej wartości – wynosząc średnio niecałe pół minuty dłużej. Największą różnicę widać jednak w programie na autorskim kanale Roberta Makłowicza na YouTube, gdzie średni czas trwania odcinków znacząco wzrasta co stanowi zauważalne odejście od dotychczasowej normy. Wynika to ze specyfiki medium i innych założeń programu. YouTube nie narzuca żadnych ograniczeń czasowych, a Makłowicz może publikować materiały tak długie, jak uzna za stosowne. Dzięki temu zyskał pełną autonomię w zakresie tempa narracji, doboru ujęć i długości wypowiedzi. Nie musi skracać segmentów, ani rezygnować z dłuższych fragmentów. Zmiany w długości odcinków odzwierciedlają ewolucję stylu Makłowicza. Z biegiem lat narracja stała się bardziej płynna i niespieszna.

Program	**Średni czas trwania odcinka**	**Tempo narracji**
Podróże kulinarne Roberta Makłowicza	24 minuty 45 sekund	Szybkie
Makłowicz w podróży	24 minuty 44 sekundy	Szybkie
Makłowicz w drodze	23 minuty 24 sekundy	Szybkie
Makłowicz w Polsce	23 minuty 28 sekund	Umiarkowane
Program na Youtube	36 minut	Powolne

Tabela 3. Porównanie programów Roberta Makłowicza pod względem czasu trwania i tempa narracji. Źródło: opracowanie własne.

Kolejnym istotnym aspektem różnicującym poszczególne odsłony programów Roberta Makłowicza jest sposób włączania gości pojawiających się w poszczególnych odcinkach. Choć ich obecność jest stałym elementem większości formatów, to jednak zmieniały się zarówno częstotliwość ich udziału, jak i typy zapraszanych osób. W pierwszej serii udział gości był niemal obligatoryjny i wpisany w strukturalną logikę programu. W niemal każdym odcinku pojawia się przynajmniej jeden rozmówca, najczęściej profesjonalny szef kuchni, który wspólnie z Makłowiczem przygotowywał lokalne potrawy. W *Makłowiczu w podróży* udział gości nadal był częsty, choć już nieco mniej regularny. O ile nadal pojawiali się kucharze i restauratorzy, to stopniowo zaczęły ich zastępować osoby reprezentujące inne dziedziny wiedzy, głównie kulturoznawcy i historycy. Zmiana ta świadczy o rozszerzeniu tematyki programu i stopniowym odejściu od czysto kulinarnej formuły. W dwóch następnych programach, *Makłowicz w drodze* oraz *Makłowicz w Polsce*, obecność gości była nie tylko częsta, ale wręcz centralna dla narracji odcinka. Pojawiali się w każdym materiale, często w większej liczbie, a ich profil znacznie odbiegał od dotychczasowego schematu. Zamiast kucharzy czy badaczy, coraz częściej pojawiali się lokalni rzemieślnicy, właściciele gospodarstw, winiarze, hotelarze i twórcy regionalnych produktów. Ich obecność nadawała programowi wymiar niemal reportażowy. Goście ci nie byli już tylko ekspertami w jednej dziedzinie, lecz stawali się reprezentantami danego miejsca ukazującymi jego specyfikę. W swoim programie na YouTube, Robert Makłowicz w wielu odcinkach występuje samotnie, a jeśli już zaprasza kogoś do rozmowy, to są to pojedyncze przypadki.

Zmiany w warstwie wizualnej programów wynikały głównie z rozwoju technologii. Choć nie zawsze zwraca się na to uwagę podczas ich oglądania, zmiany te wpływają bezpośrednio na sposób odbioru treści i budują estetykę konkretnego cyklu. *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* realizowane były na taśmie w formacie 4:3. Charakterystyczny dla tej technologii był stosunkowo niski kontrast, ciemna kolorystyka oraz ograniczona ostrość obrazu. Kompresja typowa dla starszych systemów telewizyjnych, sprawiała, że szczegóły tła często pozostawały rozmyte, a barwy nienaturalnie wyblakłe i przekłamane. Sytuacja uległa wyraźnej zmianie wraz z pojawieniem się *Makłowicza w podróży*, który od samego początku był rejestrowany cyfrowo, początkowo w rozdzielczości HD, a następnie, podobnie jak następne programy, w rozdzielczości FullHD. Obraz zyskał wtedy na głębi, kolory stały się bardziej naturalne, a kadry lepiej doświetlone i zbalansowane. Największa zmiana nastąpiła w niezależnym programie na YouTube, gdzie obraz nagrywany jest w rozdzielczości 4K. Kolorystyka

programu pozostała naturalna, choć kolory są żywsze i bardziej nasycone, co może wynikać z postprodukcyjnego zwiększenia kontrastu i saturacji.

Na przestrzeni lat programy Roberta Makłowicza cechował brak komercjalizacji treści, co stanowiło jedną z ich wyróżniających cech na tle innych produkcji tego typu. Przeprowadzona analiza jasno wykazała, że w żadnym z odcinków emitowanych w ramach formatów telewizyjnych nie pojawiały się lokowania produktu, ani żadna inna forma reklamy. Odcinki te były całkowicie pozbawione odniesień do marek komercyjnych, a segmenty kulinarne koncentrowały się wyłącznie na potrawach i składnikach, bez wskazywania konkretnych producentów, co było zgodne z charakterem programów opartym na autentyczności, edukacji kulturowej i kulinarnej, a nie na współpracy promocyjnej. Zmianę pod tym względem przyniósł dopiero program Roberta Makłowicza na YouTube, w którym po raz pierwszy pojawiły się elementy komercyjne, w postaci jawnych informacji o sponsorach odcinka, przedstawianych przez prowadzącego zazwyczaj na początku materiału. Tego rodzaju komercjalizacja, mimo że nowa w kontekście jego twórczości, wpisuje się w szersze trendy obecne na platformach internetowych, gdzie twórcy na współpracach opierają finansowanie swoich produkcji. Istotne jest jednak, że w programie Makłowicza sponsoring w większości przypadków nie wpływa na kształt treści, nie dominuje nad warstwą merytoryczną, ani nie zakłóca tonu i atmosfery materiału.

3.3.2. Reakcje widzów na zmiany w formule

W celu pogłębienia analizy i uzyskania danych na temat współczesnego odbioru twórczości Roberta Makłowicza, przeprowadzono ankietę wśród 110 respondentów. Jej celem było porównanie opinii dotyczących programów realizowanych w mediach tradycyjnych oraz tych dostępnych na platformie YouTube. Struktura demograficzna badanych wykazała dominację młodszych grup wiekowych – osób młodszych niż 18 lat było 2,7%, 47,3% stanowiły osoby w przedziale wiekowym 18-24 lata, 19,1% – 25-34 lata, 18,2% stanowiły osoby mające 35-44 lata, osoby w wieku 45-54 dały 10% odpowiedzi, a osób starszych niż 55 lat było 2,7%. Płeć rozłożyła się równomiernie – po 50% od kobiet i mężczyzn, a poziom wykształcenia prezentował się relatywnie wysoko – 49,1% badanych posiadało wykształcenie wyższe, a 46,4% średnie. Tak dobrana grupa respondentów pozwala przyjąć, że wyniki ankiety odzwierciedlają punkt widzenia widzów aktywnych w internecie, stanowiąc reprezentatywną próbę dla odbiorców zarówno klasycznych emisji telewizyjnych, jak i współczesnych formatów dostępnych online.

Pierwszym elementem badania było sprawdzenie, na ile widzowie są zainteresowani śledzeniem działalności Roberta Makłowicza w mediach społecznościowych. Pytanie to miało na celu zbadanie nie tylko zasięgu twórcy w nowych kanałach komunikacji, ale także tego, jak jego działalność wykracza poza same programy audiowizualne. Wyniki pokazały, że zdecydowana większość ankietowanych nie śledzi Makłowicza w social mediach lub robi to w bardzo ograniczonym zakresie. Aż 37,3% badanych zadeklarowało brak jakiejkolwiek aktywności związanych ze śledzeniem działalności twórcy, a kolejne 29,1% przyznało, że jedynie okazjonalnie zetknęło się z jego treściami w mediach społecznościowych. Tylko 10,9% respondentów wskazał, że regularnie śledzi aktywność Roberta Makłowicza. Może to świadczyć o tym, że mimo obecności Makłowicza w mediach społecznościowych, jego odbiorcy nadal w znacznej mierze preferują tradycyjne formy przekazu.

Następnie respondenci zostali poproszeni o ocenę sposobu prowadzenia programu Roberta Makłowicza zarówno w wersji telewizyjnej, jak i internetowej w skali od 1 do 6, gdzie 1 była najniższą, a 6 najwyższą możliwą notą. Ocena programów telewizyjnych była zdecydowanie pozytywna – aż 58,2% badanych przyznało im najwyższą ocenę, a kolejne 27,3% – oceniło je na 5. Oznacza to, że ponad 85% widzów bardzo wysoko ocenia sposób prowadzenia programu w tradycyjnych formatach. Nieco mniej entuzjastycznie, choć wciąż pozytywnie, oceniono prowadzenie programu na platformie YouTube. Najwyższą ocenę przyznało 55,5% respondentów, a ocenę 5 – 19,1%. Należy jednak zauważyć wzrost ocen średnich i niższych – łącznie 22,7% badanych przyznało programowi ocenę 3 lub 4, a 2,7% – ocenę najniższą. Choć różnica w odbiorze nie jest drastyczna, zauważyć można lekki spadek entuzjazmu wobec wersji internetowej. Może on wynikać z bardziej swobodnej formuły, braku ograniczeń montażowych czy zmienionej dynamiki prowadzenia. Nie oznacza to jednak negatywnego odbioru. Nowa forma wciąż cieszy się wysokim uznaniem, szczególnie wśród osób młodszych, dla których media społecznościowe stanowią naturalne przedłużenie kontaktu z twórcą.

W kolejnym pytaniu respondenci zostali poproszeni o ocenę, czy Robert Makłowicz wydaje się im autentyczny jako twórca. Odpowiedź na to pytanie miała kluczowe znaczenie dla zrozumienia trwałości jego popularności i zaufania, jakim cieszy się wśród widzów, niezależnie od formatu czy platformy. Uzyskane wyniki są jednoznacznie pozytywne – aż 63,6% uczestników badania wskazało odpowiedź *zdecydowanie tak*, a kolejne 29,1% wybrało opcję *raczej tak*. Łącznie więc aż 92,7% respondentów uznaje Makłowicza za osobę autentyczną, co stanowi niezwykle wysoki

wynik. Tylko 5,5% badanych miało trudność z jednoznaczną oceną, a jedynie marginalna liczba – 1,8% – uznała Makłowicza za nieautentycznego, co wskazuje, że jednym z powodów popularności twórcy w mediach jest jego niezmienny sposób bycia, zgodny z tym, jak postrzegają go widzowie.

W ramach badania zadano również pytanie wielokrotnego wyboru: „Co najbardziej cenisz w programach Makłowicza?". Uzyskane wyniki wskazują, że widzowie doceniają twórczość Roberta Makłowicza nie tylko za warstwę merytoryczną, ale również za jego osobowość i sposób prowadzenia programów. 86,4% ankietowanych wskazało swobodny styl i poczucie humoru jako jeden z kluczowych walorów jego programów. To najwyżej oceniona cecha, co wyraźnie sugeruje, że właśnie lekkość przekazu, dystans do siebie oraz charakterystyczna narracja prowadzącego stanowią dla widzów największą wartość. Na drugim miejscu znalazła się wiedza o kulturze, którą wskazało 69,1% odbiorców, a tuż za nią uplasowała się wiedza o kuchni z wynikiem 59,1%. Wysoko oceniono również charyzmę i autentyczność Makłowicza co potwierdza wcześniejsze wyniki dotyczące jego wizerunku.

Na pytanie „Które programy Roberta Makłowicza preferujesz?" najwięcej respondentów wskazało formaty publikowane na YouTube – tę odpowiedź wybrało 34,5% ankietowanych. Może to świadczyć o rosnącej popularności treści internetowych oraz większej dostępności. Format ten pozwala również na bardziej swobodną realizację, co może być dla części widzów bardziej atrakcyjne. Programy telewizyjne preferuje 26,4% uczestników badania, co daje wynik niewiele niższy, sugerując, że mimo upływu czasu i zmiany medium, tradycyjne realizacje Makłowicza nadal mają grono lojalnych odbiorców. Dla 23,6% respondentów różnice między formatami są niewidoczne, co może oznaczać, że ich odbiór skupia się bardziej na treści i stylu prowadzącego niż na formie czy kanale dystrybucji. Nie wszyscy respondenci mieli pełen kontekst porównawczy między produkcjami telewizyjnymi a internetowymi, ponieważ 15,5% z nich stwierdziło, że zna tylko jeden z formatów.

Następnym krokiem było sprawdzenie jak odbiorcy postrzegają zmianę medium przez Roberta Makłowicza. W tym celu postawiono pytanie „Czy przejście Roberta Makłowicza z telewizji do internetu wpłynęło pozytywnie na jego twórczość?". Największa grupa respondentów odpowiedziała *trudno powiedzieć*. Taki wynik sugeruje, że dla dużej części widzów zmiana medium nie była na tyle zauważalna lub jednoznaczna, by mogli ocenić jej wpływ na jakość czy charakter programu. Może to też wskazywać na dużą ciągłość stylu Makłowicza niezależnie od formatu. Odpowiedzi *zdecydowanie tak*

stanowiły 34,5%, a *raczej tak* – 23,6%. Wynik ten może być efektem docenienia większej swobody twórczej, wyraźniejszej autorskości materiałów czy po prostu łatwiejszego dostępu do treści. 2,7% badanych uznało przejście do internetu za krok raczej negatywny, lecz nikt nie wybrał odpowiedzi *zdecydowanie nie*.

Zapytani o to, czy Robert Makłowicz dobrze dopasowuje się do zmieniających się oczekiwań widzów, 76,3% ankietowanych wskazała odpowiedzi twierdzące. Ten wysoki odsetek pozytywnych odpowiedzi sugeruje, że w oczach większości odbiorców Makłowicz nie tylko utrzymuje swoją autentyczność, ale również potrafi odpowiadać na zmieniające się trendy oraz preferencje w mediach i kulturze kulinarnej. Reszta odbiorców nie miała wyraźnego zdania, co wskazuje, że część widzów jest mniej świadoma tych zmian, albo nie postrzega ich jako kluczowego elementu swojej oceny. Szczególnie zauważalny jest brak odpowiedzi negatywnych odzwierciedlający szerokie uznanie dla umiejętności adaptacyjnych Makłowicza.

Zdecydowana większość respondentów – równo 80%, uważa, że media społecznościowe miały istotny wpływ na wzrost popularności twórcy. Wynik ten podkreśla znaczenie nowych kanałów komunikacji i promocji w budowaniu wizerunku oraz poszerzaniu grona odbiorców. Warto zauważyć, że tylko 7,3% ankietowanych stwierdziło, że social media nie przyczyniły się do zmiany popularności Makłowicza, co świadczy o powszechnym przekonaniu, że media społecznościowe są kluczowym czynnikiem popularności twórców. Pozostałe 12,7% osób przyznało, że trudno im jednoznacznie ocenić wpływ tych mediów. Można przypuszczać, że świadome wykorzystanie mediów społecznościowych przez Roberta Makłowicza pozwoliło nie tylko dotrzeć do młodszej grupy odbiorców, ale również wzmocniło więź z dotychczasowymi fanami, oferując im nowe formy kontaktu.

Spośród 110 respondentów, 28 zdecydowało się odpowiedzieć na pytanie otwarte poruszające temat ograniczeń lub minusów obecności Roberta Makłowicza w internecie, co samo w sobie wskazuje na umiarkowane zainteresowanie tematem i chęć podzielenia się własnymi refleksjami. Największa część z nich zadeklarowała brak widocznych ograniczeń, co świadczy o dużym zaufaniu i pozytywnym odbiorze działalności internetowej twórcy. Jednak spośród otrzymanych wypowiedzi wyłania się kilka istotnych spostrzeżeń i uwag. Po pierwsze, część respondentów zwróciła uwagę na efekt turystycznej fali, czyli zjawisko, w którym miejsca odwiedzane i promowane przez Makłowicza stają się przesadnie popularne tracąc na autentyczności i klimacie. Za przykład podano konobę Portun w Dalmacji, która zdaniem anonimowego respondenta „po

wypromowaniu jej przez R. Makłowicza, stała się miejscem pielgrzymek polskich turystów". Drugim aspektem jest komercjalizacja treści i wizerunku Makłowicza, którą część respondentów odbiera jako pewien minus. Wskazują oni na wzrost liczby kontraktów reklamowych oraz udział w reklamach, gdzie głównym atutem jest sama obecność osoby Roberta Makłowicza. To powoduje, że jego kanały i treści zaczynają nosić znamiona sponsorowanych, co może wpływać na odbiór autentyczności i niezależności twórcy. Jednocześnie, niektórzy zauważają, że takie działania mogą negatywnie wpływać na jego wizerunek w przestrzeni publicznej, przesuwając go bardziej w stronę ambasadora marek niż twórcy kulinarnego. Kolejną barierą, którą wymieniają respondenci, jest problem zasięgów i dostępności treści, zwłaszcza w kontekście starszej grupy odbiorców, która zna Makłowicza głównie z telewizji i może mieć ograniczony dostęp do internetu lub nie korzysta aktywnie z platform takich jak YouTube. Sprawia to, że pewna część dotychczasowej widowni może być wykluczona z pełnego odbioru treści. Pomimo że większość respondentów nie dostrzega poważnych minusów obecności Roberta Makłowicza w internecie, to jednak wyłania się obraz twórcy, który musi mierzyć się z typowymi wyzwaniami współczesnej obecności medialnej.

Następne pytanie miało na celu zbadanie wpływu programów Roberta Makłowicza na zainteresowania odbiorców w zakresie kuchni i podróży. Respondenci zostali poproszeni o ocenienie go w skali od 1 do 4. Łącznie aż 65,4% respondentów oceniło wpływ na poziomie 3 lub 4, co potwierdza, że programy Makłowicza nie są jedynie rozrywką, ale pełnią także funkcję edukacyjną, zachęcając widzów do eksploracji kulinarnych smaków oraz do podróżowania. Z kolei 24,5% oceniło wpływ umiarkowanie, co może wskazywać na częściowe zainteresowanie tematem lub wpływ programów, który jednak nie jest bardzo silny. Taka grupa może obejmować widzów, którzy już wcześniej mieli zainteresowania kulinarne czy podróżnicze lub traktują programy Makłowicza jako dodatkową, lecz nie kluczową inspirację. Najmniejszy odsetek, 10%, ocenił wpływ programów jako minimalny lub żaden, co pokazuje, że istnieje niewielka grupa odbiorców, których zainteresowania kuchnią lub podróżami nie zostały znacząco zmienione przez treści Makłowicza. Można przypuszczać, że są to osoby oglądające programy z innych powodów, na przykład dla rozrywki czy z sentymentu.

Ostatnim pytaniem, było pytanie otwarte, na które odpowiedziało 59 osób. Miało ono na celu zbadanie, czy istnieją konkretne odcinki lub momenty, które szczególnie mocno zapamiętali. Pytanie to ujawniło istotny wniosek, mianowicie, że twórczość Roberta Makłowicza zakorzeniła się w kulturze internetowej w sposób głębszy, niż tylko

jako klasyczny program. Najczęściej wskazywanym momentem był fragment, w którym Makłowicz karmi psa koperkiem, który przedstawiony został przez ankietowanych jako „kultowy moment dla jego kariery w internecie". Taka popularność wskazuje nie tylko na viralowość tego konkretnego fragmentu, ale też na to, że widzowie utożsamiają Makłowicza z humorem, dystansem i autentycznością. Wielokrotne przywoływanie memicznego charakteru sceny sugeruje, że część popularności Makłowicza w erze cyfrowej opiera się na jego symbolicznym znaczeniu w internetowej popkulturze. W tym kontekście wiele osób odwoływało się również do serii EEE, które stały się memami samymi w sobie i dodatkowo wzmocniły rozpoznawalność Makłowicza w młodszych kręgach odbiorców. Oprócz momentów o memicznym charakterze, respondenci wielokrotnie wskazywali konkretne serie odcinków jako swoje ulubione. Szczególną popularnością cieszyły się wyprawy do Dalmacji, Bałkanów i Azji. Powtarzały się też konkretne lokalizacje, takie jak Beskid Wyspowy, Włochy i miasto Lüneburg, najczęściej w kontekście memicznego dźwigu. Kilka odpowiedzi wskazywało również, że ulubionymi fragmentami widzów są te, które nie były zaplanowane – spontaniczne rozmowy z przechodniami, nieprzewidziane zdarzenia na ulicy czy interakcje z ekipą.

Na podstawie analizy ankiety, można z powodzeniem stwierdzić, że oglądalność i sentyment do programu często nie wynikają bezpośrednio z jego tematyki, lecz z postaci Roberta Makłowicza, jego narracji, sposobu bycia i autentyczności. Zauważalny jest również bardzo wysoki poziom akceptacji dla kierunku, w jakim ewoluowała działalność Roberta Makłowicza. Głównie zmiana medium z telewizji na internet została odebrana przez widzów w większości jako naturalna, skuteczna i pozytywna. Niecałe 60% uczestników badania wyraziło także przekonanie, że media społecznościowe miały istotny lub zdecydowany wpływ na wzrost popularności Makłowicza. Szczególnie młodsi widzowie poznali go dopiero jako osobowość internetową, a nie postać z klasycznej telewizji. Widoczne jest też zjawisko powiewu świeżości programów Makłowicza, które opiera się na viralowych fragmentach i interakcjach z widzami. Zgromadzone dane jasno pokazują, że ewolucja programów Roberta Makłowicza została nie tylko zaakceptowana przez widzów, ale wręcz stała się podstawą nowej fali jego popularności. Obecność w mediach cyfrowych łączy pokolenia. Część starszych odbiorców nadal za nim podąża, młodsi z kolei odnajdują go jako osobowość kulturowo-medialną, z którą mogą się identyfikować w nowoczesny sposób.

Zakończenie

Niniejsza praca miała na celu prześledzenie i przeanalizowanie przemian, jakie zaszły w programach kulinarnych Roberta Makłowicza od momentu ich debiutu w 1998 roku aż po działalność w mediach internetowych od roku 2020 do 2024. Analizie poddano zarówno kwestie strukturalne jak i zawartość treściową. Jednoznacznie wskazała ona, że te zmiany w programach Makłowicza są nie tylko zauważalne, ale i konsekwentne. Hipoteza zakładająca, że zmiany te odzwierciedlają ewolucję oczekiwań widzów oraz adaptację do nowych trendów kulturowych i mediów, została w pełni potwierdzona. Makłowicz nie tylko reagował na zmieniające się realia, lecz aktywnie je współtworzył, redefiniując pojęcie programu kulinarnego jako zjawiska medialnego.

Analiza materiału źródłowego i wyników badania pozwala stwierdzić, że Robert Makłowicz, jako twórca programów kulinarnych, przeszedł drogę od dziennikarza i popularyzatora kultury jedzenia po ikonę popkultury. Makłowicz stanowi przykład twórcy, który nie tylko zachował swoją tożsamość na przestrzeni dekad, ale potrafił ją twórczo przekształcić w odpowiedzi na nowe formy komunikacji. Jego programy ewoluowały od linearnych form telewizyjnych do bardziej zróżnicowanych, interaktywnych treści internetowych. Początkowo klasyfikowane jako programy podróżniczo-kulinarne emitowane w tradycyjnej telewizji, stopniowo przekształciły się w wielogatunkowe formy łączące elementy vloga, reportażu, eseju oraz osobistego komentarza. Przejście do mediów cyfrowych umożliwiło mu większą swobodę formalną i narracyjną. Jednocześnie, poprzez obecność w memach, viralowych fragmentach i kulturze internetowej, jego twórczość zyskała dodatkowy wymiar, a sam Makłowicz przestał być postrzegany wyłącznie jako dziennikarz kulinarny, lecz zaczął funkcjonować w świadomości odbiorców jako postać kulturowa, ikoniczna i poniekąd symboliczna.

Wyniki przeprowadzonej ankiety potwierdzają, że dla wielu widzów Robert Makłowicz to nie tylko autor programów, ale też osoba, z której humorem, dystansem, a także autentycznością widzowie mogą się identyfikować, co widać chociażby w ogromnej popularności niektórych fragmentów jego serii. Respondenci wskazywali też na znajomość serii EEE, potwierdzając tym samym, że twórczość Makłowicza została przetworzona i zaadaptowana przez społeczność internetową jako zjawisko memiczne.

Wyniki badania pokazują również, że bardziej elastyczna, niesformalizowana forma spotkała się z pozytywnym przyjęciem. Widzowie zauważają, że treści internetowe Makłowicza są bardziej osobiste, a jednocześnie nie tracą na merytoryczności. Ta zdolność

do zachowania równowagi między profesjonalizmem a swobodą wypowiedzi wydaje się kluczowa dla jego sukcesu w nowych mediach.

Robert Makłowicz jako twórca przeszedł drogę od klasycznego dziennikarza kulinarnego do postaci popkulturowej. Ewolucja jego programów jest przykładem skutecznej adaptacji do zmieniającego się krajobrazu medialnego. Dzięki umiejętności dialogu z odbiorcą i otwartości na nowe formy komunikacji udało mu się stworzyć oryginalny model programu kulinarnego trwale obecny w świadomości widzów.

Bibliografia

Materiały audiowizualne

Wawelski smak, odc. 1, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. G. Sadurski, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 1998.

Smak Słowacji, odc. 3, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. G. Sadurski, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 1998.

Warszawski smak, odc. 52, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2001.

Piwny smak, odc. 78, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2002.

Kolonialny smak, odc. 102, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2003.

Turecki smak, odc. 118, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2004.

Smak włoskiego snobizmu, odc. 125, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2004.

Syjamski smak, odc. 155, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2005.

Lubelski smak, odc. 167, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza,* reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2005.

Smak Zadaru, odc. 186, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2006.

Smak Balearów, odc. 177, *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, K. Gozdawa, prod. E. Wachowicz PROMISS dla TVP S.A., 2006.

Górska Garda, odc. 5, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Programu 2 TVP, 2008.

El Dorado, odc. 7, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Programu 2 TVP, 2008.

Split, odc. 21, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2009.

Jerozolima, odc. 27, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2009.

Dublin, odc. 54, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2010.

Wyspa ogród, odc. 101, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2012.

Liptów, odc. 198, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2016.

Wiedeń cesarski, odc. 208, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2016.

Kijów do syta, odc. 216, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2016.

Manila pełna historii, odc. 217, *Makłowicz w podróży*, reż. P. Mikucki, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla TVP S. A., 2017.

Stolica Tyrolu, odc. 1, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2017.

Huculszczyzna, odc. 6, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.

Phnom Penh, odc. 9, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.

Z morza, odc. 14, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Flandria dla koneserów, odc. 15, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Jak z filmu, odc. 19, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Istria, odc. 20, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Górzysty skarbiec, odc. 21, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Galicja wciąż żywa, odc. 27, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Wyprawa, odc. 29, *Makłowicz w drodze*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2019.

Wokół Wolsztyna, odc. 1, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.

Wielkopolski porządek, odc. 2, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Nad Odrą, odc. 3, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Lubuskie wino, odc. 4, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Bieszczady, odc. 5, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Krosno i okolice, odc. 6, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Beskid Niski, odc. 7, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Gorce, odc. 8, *Makłowicz w Polsce*, reż. P. Lesisz, scen. R. Makłowicz, P. Lesisz, prod. MAKŁOWICZ s. c. dla Food Network, 2018.
Makłowicz R., *odc.42 "Znów do Dalmacji"*,
https://youtu.be/htdcAuY6p2o?si=Xei3sLs6HtTmLhK3.
Makłowicz R., *odc.98 „Cudna Garda"*,
https://youtu.be/a4QOGz3hOBk?si=sZsZiyI-oaamCi5P.
Makłowicz R., *odc.115 „ Śladami Majów "*,
https://youtu.be/_UH57kupWu4?si=fjcAO7sn6x8fmAj7.
Makłowicz R., *odc.128 „Morze Martwe i cuda Petry"*,
https://youtu.be/lbntaWo4fq4?si=xOK935qaglrVONV8.
Makłowicz R., *odc.139 „Dublin doskonały"*,
https://youtu.be/6MfpSUaehxU?si=ALt7v66OieLc9tOm.
Makłowicz R., *odc.141 „Śladami dawnej Warszawy"*,
https://youtu.be/eKNH1eQRYlk?si=kndZI60t1VQfMhz3.
Makłowicz R., *odc.161 „W lasach Madery"*,
https://youtu.be/eqX2cHWLrPE?si=oUOR62z0aVXSBhBz.
Makłowicz R., *odc.170 „Tunelem pod dżunglą"*,
https://youtu.be/VsdsM_05VBA?si=VW6a0HvNnlowapIc.
Makłowicz R., *odc.197 „Krakowskim kulinarnym szlakiem"*,
https://youtu.be/2dbtbEPeelo?si=BQSm6ffDYC5-tVpG.
Makłowicz R., *odc.198 „W czeskim raju"*,
https://youtu.be/GqVrs9-gEyI?si=6NPtlnqqNALt8TtN.

LOLSY, *Eeeeee eee - Makłowicz*,
https://youtu.be/4QnSuFLcnQo?si=kvMOvks970LQAyWb.
Makłowicz R., *Dalmacja, moje miejsce*,
https://youtu.be/iVgI6_h0LkU?si=0QXvpzJpPSPhJExl.
Makłowicz R., *ROBERT MAKŁOWICZ GOTUJE NA WIELKANOC część 1 (odcinek specjalny z udziałem żony Agnieszki) odc.4*,
https://youtu.be/QXp1omIc8v0?si=xuVX9l3qKBRXVY3I.
Makłowicz R., *Robert Makłowicz: "Co i dlaczego"*,
https://youtu.be/7uAgSQ-OWJ4?si=4ZUDvfTS5Ds3Tg58.
Makłowicz R., *W sercu Europy*, https://youtu.be/eBUYpbkXF3s?si=1if1NHmqsRjwPqdw.
Paciorek K., *Robert Makłowicz: nie tylko koperek*,
https://youtu.be/HndAz0gqDFU?si=-O0WTA-ICnTPcLsU.
Parlament Europejski w Polsce, *Robert Makłowicz - wybory europejskie 2024*,
https://youtu.be/fRTloE41aio?si=QEkD_vhZxMCWE5LR.
Pol M*., ROBERT MAKŁOWICZ - HEJT PARK W DOBRYM SKŁADZIE #66,*
https://www.youtube.com/live/ETOAlKFFJ_8?si=lisKrkA2zEPyYJT.
Ratajczak M., Był bożyszczem widzów telewizji, został królem internetu, „Newsroom”,
https://teleshow.wp.pl/robert-maklowicz-nowym-krolem-memow-wskazal-swoj-ulubiony-zart-6597169792394881v.
MADD & WIXAPOL, MAKLOWICZ ({ EEEEE I LIKE IT LOUD }), 2018.

Opracowania i artykuły

Bikont P., Makłowicz R., *Stół z niepowyłamywanymi nogami*, Znak, Kraków 2007.
Bobik M., *Makłowicz: "Nie jestem kucharzem". Ale jak to?!*,
https://www.fakt.pl/plotki/maklowicz-nie-jestem-kucharzem-ale-jak-to/j976yl1.
Bonowicz W., *Życie należy sobie umilać*, „Tygodnik Powszechny” 2024, nr 17-18.
Chatman S., *O teorii opowiadania,* „Pamiętnik Literacki” 1984, 75/4.
Ciesiółka A., *YouTube jako nowe źródło wiedzy*, „Neodidagmata” 2018, nr 36/37.
Frost W. i. in., *Gastronomy and Tourism through the Media Lens*, w: Gastronomy, Tourism and the Media, red. W. Frost, Bristol: Channel View Publications 2016.
Gulda P., *Robert Makłowicz: odejście z telewizji to było prawdziwe błogosławieństwo*, 2020,
https://magazyn.wp.pl/film/artykul/robert-maklowicz-odejscie-z-telewizji-to-bylo-prawdziwe-blogoslawienstwo.

https://maklowiczisynowie.pl/historia-marki.
https://store.gx.me/mods/p7eveu/mak-owicz-eeeyyy.
https://vod.tvp.pl/programy,88/maklowicz-w-podrozy-odcinki,273599.
https://vod.tvp.pl/programy,88/podroze-kulinarne-roberta-maklowicza-odcinki,320759.
https://www.jamieoliver.com/jamies-world/about-jamie.
https://www.press.pl/tresc/60574,robert-maklowicz-bez-programu-w-food-network.
https://www.slowfood.com/about-us.
https://www.youtube.com/@MaklowiczowyGeneratorMowy.
https://www.youtube.com/@Robert_Maklowicz.
Huzarska-Szumiec M., Splątane korzenie: Robert Makłowicz, https://web.archive.org/web/20140826191759/http://media.wp.pl/kat,1022939,page,3,title,Splatane-korzenie,wid,9906496,wiadomosc.html?ticaid=113555&_ticrsn=3.
Janus-Konarska J., *Nowe media – Nowa komunikacja medialna*, „Dziennikarstwo i media" 2012, t. 3.
Kuśnierek I., *Ewolucja wzorca gatunkowego przepisu kulinarnego,* „Poradnik Językowy" 2023, t. 809, nr 10.
Makłowicz R., *Café Museum*, Wysoki Zamek, Kraków 2021.
Makłowicz R., *Od Punk Rocka Do Bartóka*, https://newonce.net/podcast/od-punk-rocka-do-bartoka.
Makłowicz R., *O mnie*, https://www.maklowicz.pl/o-mnie/.
Matuszczyk B., *Autokreacja wizerunku Roberta Makłowicza na przykładzie programu telewizyjnego Makłowicz w podróży*, „Linguarum silva" 2017, t. 6.
Milan S., *Wszystko na jedną kartę*, Publicat, Poznań 2008.
Pleszkun-Olejniczakowa E., *Reportaż: Wokół pochodzenia, definicji i podziałów*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica" 2005, nr 7/2.
Robert Makłowicz dostał odznakę za zasługi dla Austrii, Polska Agencja Prasowa, https://www.pap.pl/aktualnosci/robert-maklowicz-dostal-odznake-za-zaslugi-dla-austrii.
Robert Makłowicz nagrodzony Srebrnym Kałamarzem 2010, Money.pl, https://www.money.pl/archiwum/wiadomosci_agencyjne/pap/artykul/robert;maklowicz;nagrodzony;srebrnym;kalamarzem;2010,57,0,792633.html.
Sosnowski M., *Poziom smaku*, „Press" 2004, nr 8.
Sulisz W., *Rozmowa z Piotrem Bikontem i Robertem Makłowiczem*, https://www.dziennikwschodni.pl/kuchnia/rozmowa-z-piotrem-bikontem-i-robertem-maklowiczem,n,1000052188.html.

Wawer M., *Gatunki, kategorie i tagi w telewizji linearnej i nielinearnej*, „Media Biznes Kultura" 2024, nr 2 (17).
Wiktory 2003 rozdane, Money.pl https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/wiktory;2003;rozdane,212,0,63188.html.
Wimmer R. D., *Mass media: metody badań*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2008.

Spis tabel

Tabela 1. Spis całościowy książek Roberta Makłowicza……... 9
Tabela 2. Porównanie form emisji programów Roberta Makłowicza……..14
Tabela 3. Porównanie programów Roberta Makłowicza pod względem czasu trwania i tempa narracji……... 52

Spis ilustracji

Fotografia 1. Kadr rozpoczynający pierwszy odcinek *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza*……...15
Fotografia 2. Przykładowy mem z Robertem Makłowiczem……...20
Fotografia 3. Przykład grafiki dodawanej w postprodukcji w programie *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza*……34
Fotografia 4. Przykład grafiki dodawanej w postprodukcji w programie *Makłowicz w podróży*……39
Fotografia 5. Przykład grafiki dodawanej w postprodukcji w programie *Makłowicz w drodze*……... 43

Spis wykresów

Wykres 1. Profile mediów tradycyjnych wspominających Roberta Makłowicza w okresie styczeń – październik 2018 r……16
Wykres 2. Wydźwięk publikacji wspominających Roberta Makłowicza oraz Magdę Gessler w okresie styczeń – październik 2018 r……...16
Wykres 3. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Podróży kulinarnych Roberta Makłowicza*……...32
Wykres 4. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Makłowicza w podróży*……... 37
Wykres 5. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Makłowicza w drodze*……42

Wykres 6. Średni czas trwania segmentów w odcinkach *Makłowicza w Polsce*……. 45
Wykres 7. Średni czas trwania segmentów w odcinkach programu Roberta Makłowicza na Youtube…… 48

Aneks

Klucz kategoryzacyjny

		Struktura	Struktura	Struktura	Struktura	Struktura	Treść:	Treść:	Treść:	Narracja	Narracja	Narracja	Narracja	Narracja	Realizacja	Realizacja
		Czas poświęcony na przygotowanie	Czas poświęcony na jedzenie w restauracjach	Czas poświęcony na opis kultury	Czas poświęcony na opis historii	Długość odcinka	Liczba lokalizacji	Trabantyjne dania	Własne interpretacje dania	Składniki gastronomiczne	Składniki nietypowe	Narracja formalna	Narracja liniowa/ nieliniowa	Stopień interakcji z widzem	Tempo narracji	Wystąpienie w stroju z rekwizytem	Jakość nagrania	Przebitki w formie zdjęć/ formie wideo
Podróże kulinarne	1	16:55	0	05:16	00:40	24:00	5	3	0	Tak	Tak	Tak	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Tak	VHS	02:14
Podróże kulinarne	2	09:41	0	05:16	00:40	24:47	5	3	0	Tak	Nie	Tak	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Tak	VHS	02:19
Podróże kulinarne	3	13:46	0	04:10	00:30	24:41	7	3	0	Tak	Nie	Tak	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Tak	VHS	01:24
Podróże kulinarne	4	18:30	04:06	02:28	01:00	25:00	7	2	1	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Umiarkowane	Nie	VHS	07:30
Podróże kulinarne	5	20:00	0	01:30	01:10	25:08	5	2	1	Tak	Nie	Tak	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	VHS	00:32
Podróże kulinarne	6	16:24	0	05:30	00:30	25:07	6	2	1	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Umiarkowane	Nie	VHS	01:46
Podróże kulinarne	7	15:40	0	03:40	02:15	24:38	6	4	0	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	VHS	00:00
Podróże kulinarne	8	15:48	0	07:00	00:24	25:01	6	2	1	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Tak	VHS	00:12
Podróże kulinarne	9	18:56	00:54	07:52	01:10	24:45	6	4	0	Tak	Nie	Tak	Nieliniowa	Średni	Umiarkowane	Nie	VHS	01:14
Podróże kulinarne	10	16:51	00:30	05:14	00:45	25:45	6	3	0	Tak	Nie	Częściowo	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	VHS	01:20
Podróże kulinarne	**Średnio**	**16:51**	**00:30**	**05:14**	**00:45**	**25:45**	**6**	**3**	**0**	**Tak**	**Nie**	**Częściowo**	**Tak**	**Średni**	**Szybkie**	**Nie**	**VHS**	**01:20**
Maldowicz w podróży	1	17:23	0	05:29	00:20	24:44	6	3	2	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	HD	01:48
Maldowicz w podróży	2	06:23	06:50	04:30	05:21	25:04	12	1	0	Tak	Nie	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	FHD	02:18
Maldowicz w podróży	3	05:10	06:16	07:30	01:43	24:57	12	1	0	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	FHD	01:40
Maldowicz w podróży	4	09:12	06:16	04:40	00:47	25:09	10	2	0	Tak	Tak	Tak	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	FHD	01:40
Maldowicz w podróży	5	09:13	02:03	04:45	02:02	24:38	14	2	1	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Umiarkowane	Nie	HD	01:58
Maldowicz w podróży	6	16:01	00:35	00:40	01:50	24:39	8	3	0	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	HD	02:00
Maldowicz w podróży	7	03:58	05:58	06:25	03:27	25:06	9	1	0	Tak	Nie	Nie	Nieliniowa	Średni	Umiarkowane	Nie	FHD	02:24
Maldowicz w podróży	8	07:00	03:50	08:16	02:20	24:32	9	0	1	Tak	Nie	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	HD	03:20
Maldowicz w podróży	9	06:20	02:50	07:00	03:40	24:32	10	1	0	Tak	Nie	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	FHD	01:18
Maldowicz w podróży	10	06:14	02:40	06:18	02:45	24:35	12	1	0	Tak	Tak	Nie	Nieliniowa	Średni	Szybkie	Nie	FHD	02:00
Maldowicz w podróży	**Średnio**	**08:41**	**03:37**	**06:33**	**02:25**	**24:44**	**11**	**2**	**0**	**Tak**	**Raczej tak**	**Nie**	**Tak**	**Średni**	**Szybkie**	**Nie**	**FHD**	**02:02**
Maldowicz w drodze	1	06:34	02:14	09:47	02:05	23:34	10	2	0	Tak	Tak	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	02:56
Maldowicz w drodze	2	06:17	07:10	03:33	00:57	23:46	10	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	01:35
Maldowicz w drodze	3	06:53	04:22	02:47	05:49	23:47	13	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	02:40
Maldowicz w drodze	4	04:50	04:27	05:50	04:34	23:15	10	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	02:30
Maldowicz w drodze	5	08:23	04:16	01:55	09:00	23:09	10	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	03:15
Maldowicz w drodze	6	04:33	03:25	09:07	02:57	22:54	11	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	02:48
Maldowicz w drodze	7	06:37	03:14	05:55	02:21	23:14	10	1	0	Tak	Tak	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	04:00
Maldowicz w drodze	8	07:19	06:50	03:32	00:48	23:15	10	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	03:41
Maldowicz w drodze	9	03:56	02:58	07:51	03:50	24:15	12	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	03:23
Maldowicz w drodze	10	05:40	01:54	09:12	02:26	22:58	10	0	2	Tak	Tak	Nie	Tak	Duży	Szybkie	Nie	FHD	03:40
Maldowicz w drodze	**Średnio**	**06:06**	**04:05**	**05:56**	**03:22**	**23:24**	**11**	**1**	**1**	**Tak**	**Raczej nie**	**Nie**	**Tak**	**Duży**	**Szybkie**	**Nie**	**FHD**	**03:02**
Maldowicz w Polsce	1	04:04	05:29	03:53	03:22	23:21	12	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	03:00
Maldowicz w Polsce	2	04:58	01:50	08:30	03:58	23:48	12	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Umiarkowane	Nie	FHD	02:46
Maldowicz w Polsce	3	04:49	01:20	08:55	03:25	23:40	11	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Średni	Szybkie	Nie	FHD	02:48
Maldowicz w Polsce	4	06:22	04:36	03:05	02:55	23:08	11	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	01:38
Maldowicz w Polsce	5	05:50	03:40	08:08	01:50	23:14	10	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	01:50
Maldowicz w Polsce	6	06:02	02:48	10:40	01:55	23:17	9	1	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Szybkie	Nie	FHD	02:21
Maldowicz w Polsce	7	06:18	06:13	04:56	03:00	24:08	7	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	02:30
Maldowicz w Polsce	8	03:52	02:35	09:37	02:45	23:10	8	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	FHD	02:34
Maldowicz w Polsce	**Średnio**	**05:16**	**03:33**	**07:13**	**02:53**	**23:20**	**10**	**1**	**1**	**Tak**	**Nie**	**Nie**	**Tak**	**Duży**	**Umiarkowane**	**Nie**	**FHD**	**02:27**
Youtube	1	06:52	03:00	08:40	04:36	38:29	9	1	0	Tak	Tak	Nie	Tak	Duży	Powolne	Nie	4K	02:18
Youtube	2	0	14:05	10:14	03:04	40:47	13	0	0	nd	nd	Nie	Tak	Bardzo duży	Umiarkowane	Nie	4K	02:30
Youtube	3	0	17:37	03:00	05:32	37:43	8	0	0	nd	nd	Nie	Tak	Duży	Powolne	Nie	4K	02:40
Youtube	4	0	12:16	09:56	06:52	37:03	11	0	0	nd	nd	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	4K	04:20
Youtube	5	01:00	05:47	02:06	01:54	26:53	16	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Bardzo duży	Szybkie	Nie	4K	02:52
Youtube	6	0	07:46	15:40	03:39	33:38	8	0	0	nd	nd	Nie	Tak	Duży	Umiarkowane	Nie	4K	02:00
Youtube	7	08:46	06:12	09:06	08:46	41:03	10	0	1	Nie	Tak	Nie	Tak	Średni	Powolne	Nie	4K	02:41
Youtube	8	05:00	03:50	09:55	03:50	38:12	9	0	1	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Powolne	Nie	4K	04:10
Youtube	9	0	05:04	12:12	07:06	33:13	11	0	0	nd	nd	Nie	Tak	Bardzo duży	Powolne	Nie	4K	03:40
Youtube	10	06:40	06:00	00:30	0	34:56	9	1	0	Tak	Nie	Nie	Tak	Duży	Powolne	Nie	4K	04:42
Youtube	**Średnio**	**03:01**	**08:09**	**08:07**	**04:31**	**36:00**	**10**	**0**	**0**	**Tak**	**Nie**	**Nie**	**Tak**	**Duży**	**Powolne**	**Nie**	**4K**	**03:11**

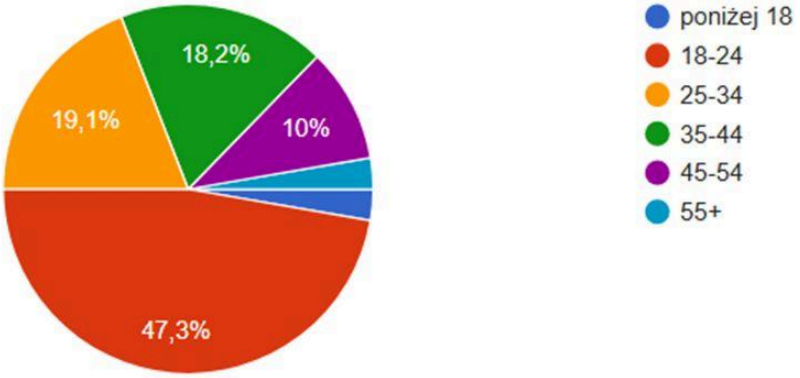
Realizacja	Realizacja	Realizacja	Realizacja	Interakcje	Interakcje	Interakcje	Interakcje	Interakcje	Interakcje	Interakcje	Zróżnicowanie miejsc	Zróżnicowanie miejsc	Zróżnicowanie miejsc	Zróżnicowanie miejsc	Zróżnicowanie miejsc	Zróżnicowanie miejsc	Zróżnicowanie miejsc
Kolorystyka programu	Tekst pojawiający się na ekranie	Muzyka dodana w postprodukcji	Muzyka wynikająca z otoczenia	Ilość wystąpień gości	Gość jako profesjonalny kucharz	Gość jako historyk/ kulturoznawca	Przechodnie/ gapiowie	Rozmowa z gościem przy gotowaniu	Rozmowa z gościem w restauracji	Rozmowa z gościem w drodze	Europa	Afryka	Ameryka Płn.	Ameryka Płd.	Azja	Miasto	Wieś
Wyblakła, ciemna	Przepisy	Tak	Tak	1	1	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Wyblakła, ciemna	Przepisy	Tak	Tak	4	1	0	Na targu	1	1	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Wyblakła	Przepisy; humorystyczna narracja	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Podczas gotowania	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Wyblakła	Przepisy	Tak	Nie	1	0	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Ciepła, żółta	Przepisy	Tak	Nie	1	1	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Wyblakła, naturalr	Przepisy	Tak	Nie	2	1	0	Nie	2	0	0	0	0	0	1	0	Tak	Tak
Wyblakła	Przepisy	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	0	0	0	0	1	Tak	Tak
Wyblakła	Przepisy	Tak	Tak	4	0	0	Nie	1	0	0	0	0	0	0	1	Tak	Tak
Wyblakła	Przepisy	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Wyblakła	Przepisy	Tak	Nie	1	1	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Wyblakła, zdesat	**Przepisy**	**Tak**	**Raczej nie**	**1**	**1**	**0**	**Rzadko**	**1**	**0**	**0**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**Tak**	**Raczej nie**
Naturalna	Informacje o stronie internetowej	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	Informacje o stronie internetowej	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	Tłumaczenie dialogu w obcym języku, informacja o stronie intenetowej	Tak	Nie	1	0	1	Nie	0	1	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	Tłumaczenie dialogu w obcym języku, informacja o stronie intenetowej	Tak	Nie	2	0	0	Podczas gotowania; jako testerzy jedzenia; w basenie termalnym	1	1	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Informacje o stronie internetowej	Tak	Nie	2	2	0	Na targu rybnym; podczas gotowania na targu; przy graffiti klubu; podczas gotowania na deptaku	1	1	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Ciepła	Informacje o stronie internetowej	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	0	0	0	1	0	Nie	Tak
Naturalna	Tłumaczenie dialogu w obcym języku, informacja o stronie intenetowej	Tak	Nie	1	1	0	Nie	1	0	0	0	0	0	0	1	Tak	Nie
Naturalna	Informacje o stronie internetowej	Tak	Tak	2	1	1	Nie	1	1	0	0	0	0	0	1	Tak	Tak
Naturalna	Informacje o stronie internetowej	Tak	Tak	1	1	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	Informacje o stronie internetowej	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	**Informacje o stronie internetowej**	**Tak**	**Raczej nie**	**1**	**1**	**0**	**Rzadko**	**1**	**1**	**0**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**Tak**	**Raczej nie**
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	4	1	0	Nie	1	0	1	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	1	0	0	Nie	0	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	1	0	1	Nie	0	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Tak	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	3	0	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	1	0	0	Nie	0	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Na targu	n/d	n/d	n/d	0	0	0	0	1	Tak	Nie
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Tak	0	n/d	n/d	Weselnicy	n/d	n/d	n/d	0	0	0	0	1	Nie	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	2	0	1	Nie	0	0	1	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Naturalna	**Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)**	**Tak**	**Raczej nie**	**1**	**0**	**0**	**Rzadko**	**0**	**0**	**0**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**Tak**	**Raczej tak**
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	3	1	0	Nie	1	1	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	3	0	0	Nie	0	0	0	1	0	0	0	0	Nie	Nie
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	6	1	0	Nie	1	0	1	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	2	1	1	Nie	0	1	1	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	5	1	0	Nie	1	1	2	1	0	0	0	0	Nie	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	6	0	0	Nie	3			1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Nie	1	0	0	Podczas gotowania	0	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)	Tak	Tak	2	0	0	Na festynie	0	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Naturalna	**Nazwiska wypowiadających się osób (lower thrid)**	**Tak**	**Nie**	**4**	**1**	**0**	**Rzadko**	**1**	**0**	**1**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**Tak**	**Tak**
Żywa	Brak	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Żywa	Brak	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Żywa	Brak	Tak	Nie	1	1	0	Nie	0	1	0	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Żywa	Brak	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Żywa	Brak	Tak	Nie	1	1	0	Nie	1	0	0	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Żywa	Brak	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	0	0	1	0	0	Tak	Tak
Żywa	Brak	Tak	Nie	1	0	1	Nie	0	1	1	0	0	0	0	1	Tak	Nie
Żywa	Brak	Tak	Nie	2	1	1	Nie	1	1	1	0	0	0	0	1	Tak	Nie
Żywa	Brak	Tak	Nie	0	n/d	n/d	Nie	n/d	n/d	n/d	1	0	0	0	0	Tak	Nie
Żywa	Brak	Tak	Nie	1	0	0	Nie	1	0	1	1	0	0	0	0	Tak	Tak
Żywa	**Brak**	**Tak**	**Nie**	**1**	**1**	**0**	**Nie**	**1**	**1**	**1**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**Tak**	**Po równo**

Komercjalizacja	Komercjalizacja	Komercjalizacja	Komercjalizacja	Komercjalizacja	Komercjalizacja	Komercjalizacja	Elementy osobiste	Elementy osobiste
Liczba odcinków sponsorowanych	Poinformowanie o sponsorze przed programem	Lokowanie produktu w trakcie programu	Segment poświęcony sponsorowi	Odcinek poświęcony sponsorowi	Promowanie produktów	Promowanie usług	Obecność humoru	Osobiste komentarze
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Niewiele
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Niewiele
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Niewiele
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Niewiele
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Niewiele
0	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Tak**	**Średnia ilość**
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Niewiele
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Tak**	**Średnia ilość**
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Tak**	**Liczne**
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Liczne
0	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Nie**	**Tak**	**Liczne**
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Tak	Nie	Tak	Liczne
1	Tak	Tak	Przed odcinkiem	Tak	Tak	Nie	Tak	Liczne
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Nie	Tak	Tak	Bardzo liczne
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Tak	Tak	Tak	Liczne
1	Tak	Tak	Przed odcinkiem; 2-3 0 w trakcie odcinka	Nie	Nie	Tak	Tak	Bardzo liczne
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Nie	Tak	Tak	Liczne
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Tak	Tak	Tak	Średnia ilość
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Nie	Nie	Tak	Bardzo liczne
0	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Tak	Średnia ilość
1	Tak	Nie	Przed odcinkiem	Nie	Nie	Tak	Tak	Liczne
9	**Tak**	**Nie**	**Przed odcinkiem**	**Nie**	**Raczej nie**	**Raczej tak**	**Tak**	**Liczne**

Odpowiedzi na ankietę

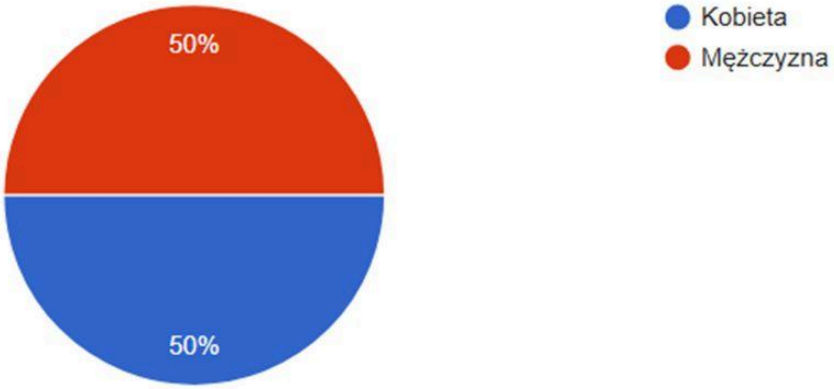
Wiek

110 odpowiedzi



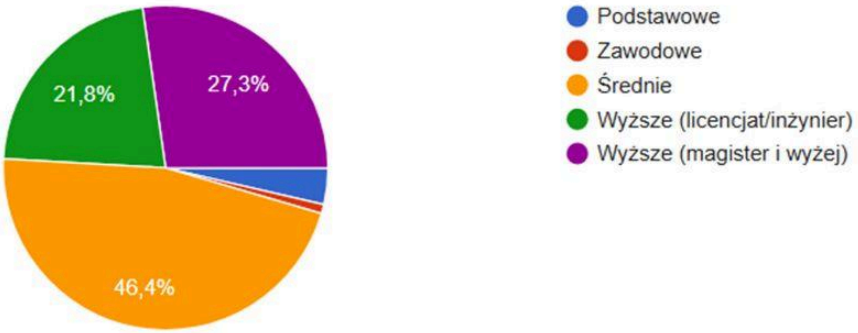
Płeć

110 odpowiedzi



Wykształcenie

110 odpowiedzi

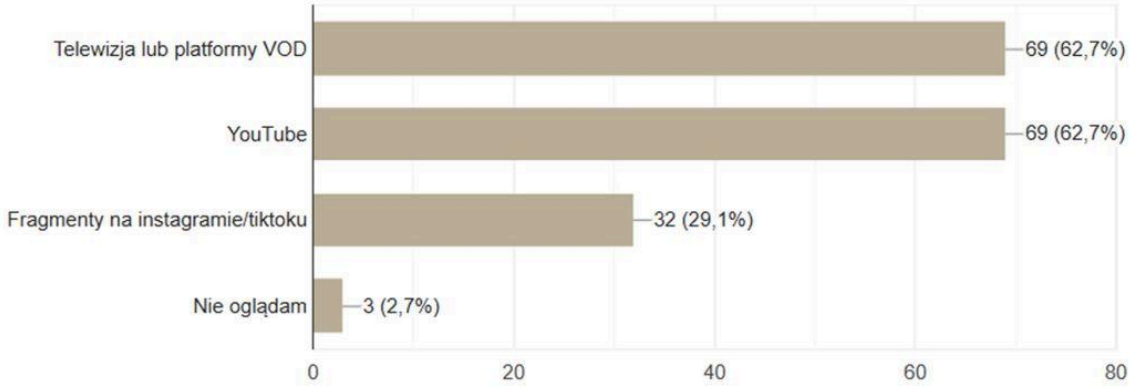


Z jakiej platformy najczęściej korzystasz, by oglądać treści wideo?

110 odpowiedzi

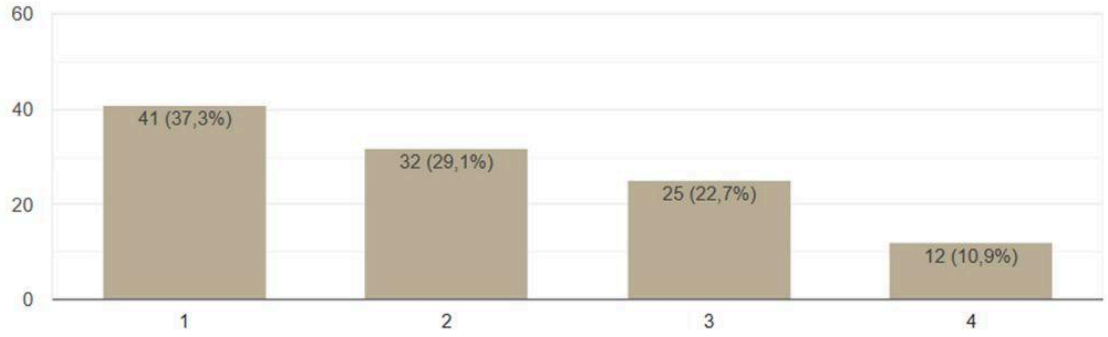
Gdzie najczęściej oglądasz/oglądałeś(-aś) Roberta Makłowicza? *(można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)*

110 odpowiedzi



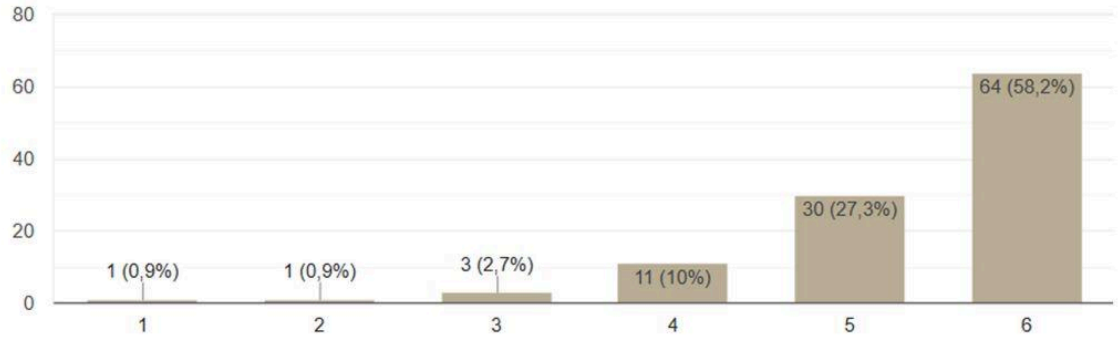
Czy śledzisz Roberta Makłowicza w mediach społecznościowych?

110 odpowiedzi



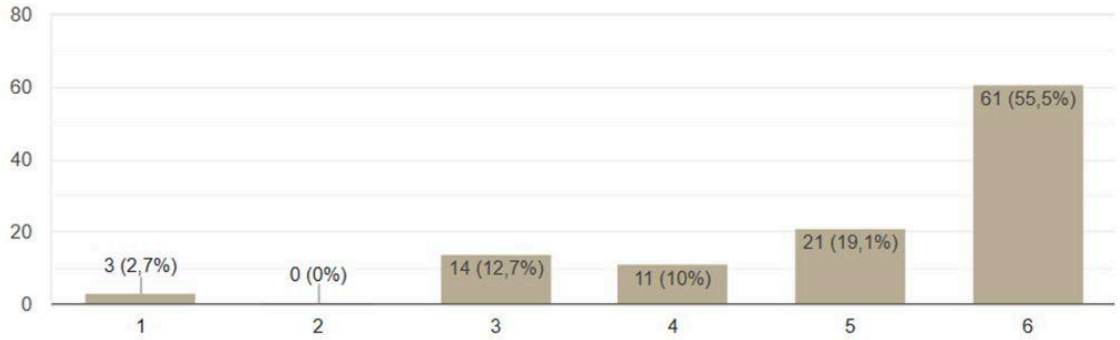
Jak oceniasz sposób prowadzenia programów telewizyjnych przez Roberta Makłowicza?

110 odpowiedzi



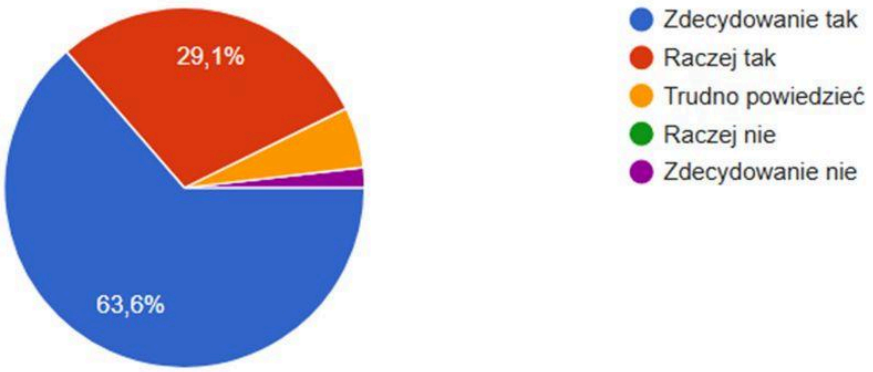
Jak oceniasz sposób prowadzenia programu na YouTube przez Roberta Makłowicza?

110 odpowiedzi



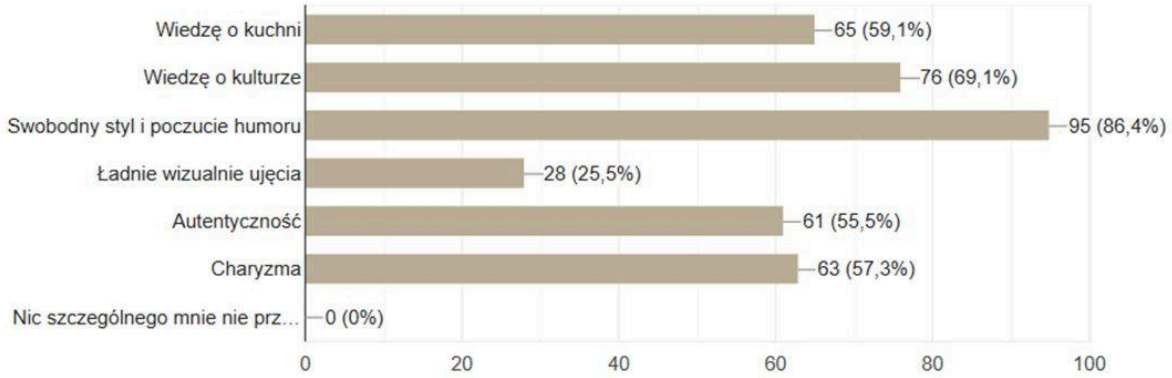
Czy Robert Makłowicz wydaje Ci się autentyczny jako twórca?

110 odpowiedzi



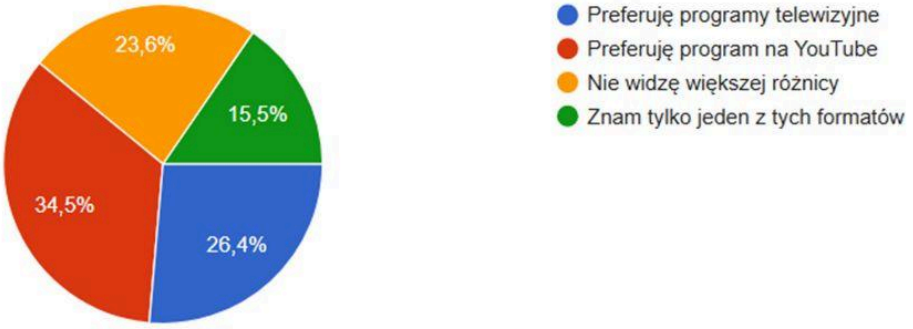
Co najbardziej cenisz w programach? *(można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)*

110 odpowiedzi



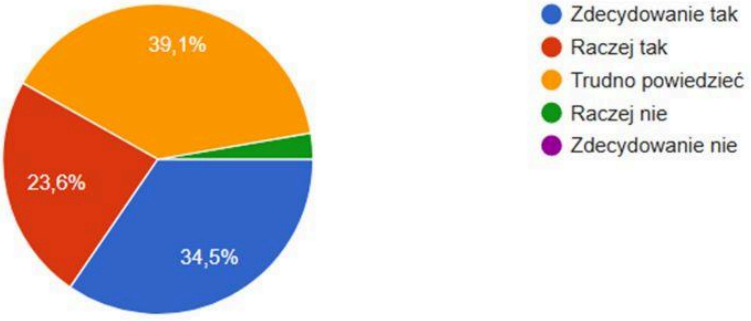
Które programy Roberta Makłowicza preferujesz?

110 odpowiedzi



Czy przejście Roberta Makłowicza z telewizji do internetu wpłynęło pozytywnie na jego twórczość?

110 odpowiedzi



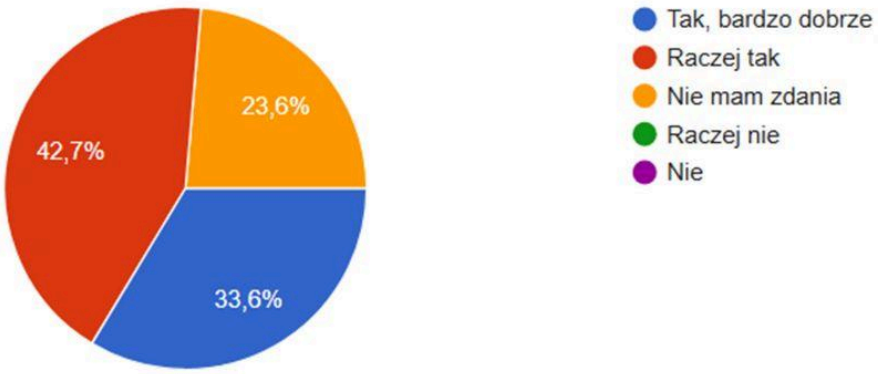
Czy Twoim zdaniem wydarzyło się coś, co miało wpływ na to, jak dziś wyglądają programy Roberta Makłowicza (np. zmiana miejsca emisji, zmiana stylu)?

54 odpowiedzi

1. Nie
2. Nie wiem
3. Częstsze publikacje filmów, większy zasięg odbiorców, większa swoboda we formacie programów
4. Ewoluował tzn można go oglądać w tradycyjnej telewizji jak też na Youtube co zwiększyło dostępność młodszej grupy wiekowej
5. Przejście na YT sprawiło, że program jest bardziej autentyczny i daje wgląd w życie samego Makłowicza, ale też ograniczyło ilość wyjazdów. Teraz jest bardzo dużo odcinków z Polski lub z Dalmacji.
6. nie mam odpowiedzi na to pytanie, ponieważ obecnie nie śledzę jego twórczości
7. Mimo że programy youtube'owe są nadal realizowane przez profesjonalną ekipę, formuła uległa pewnemu rozluźnieniu - ale i pojawiły się wcześniej nieobecne odcinki sponsorowane, co nieco obniżyło zaufanie do szczerości prowadzącego.
8. Naturalny rozwój zarówno osoby Pana Makłowicza co konwencji programów
9. Nie mam zdania
10. Przejście do internetu, opowieści o Bałkanach
11. Zmiana miejsca emisji
12. Nic konkretnego poza zwiększeniem jego rozpoznawalności
13. Na pewno to, że świat idzie do przodu więc i on musiał zaktualizować swój wizerunek
14. Raczej nie
15. Nie mam zdania
16. przejście na YT i pominiecie ograniczeń programu TV
17. Nie mam wiedzy na ten temat
18.Tak, jednym ze skutków pandemii było przeniesienie się Pana Roberta do internetu, co pozwoliło na publikowanie luźniejszych i bardziej różnorodnych treści.
19. Chciał dotrzeć do większej ilości młodszych odbiorców
20. Nie wiem
21. Przejście z TV na YOUTUBE, ponieważ moim zdaniem ma większą swobodę wypowiedzi
22. Pan Robert jest teraz wolny twórczo, może stworzyć odcinek na każdy interesujący go temat. Nie ma nic narzuconego, przez co nie trzyma się konkretnego scenariusza i może pokazać swoją wiedzę i zainteresowania.
23. Zdecydowanie zmiana miejsca emisji, możliwość doboru formatów, miejsc podróży, większa swoboda wypowiedzi.
24. Zmiana miejsca emisji pozwoliła mu na większą swobodę twórczą i bezpośredni kontakt z widzami.
25. Znam tylko z tv
26. Dobry montaż
27. Niestety nie wiem:((
28. Większa swoboda twórcza na YT niż w TV
29. Nie
30. W internecie zapewne ma mniej odbiorców, młodzi nie rozumieją.
31. Dostosowanie formuły programu do nowej grupy młodszych odbiorców oraz dostosowanie się do nowych technologii przejazdu informacji
32. Odejście od telewizji na rzecz internetu
33. covid może
34. Przejście z taśmy filmowej na cyfrowy zapis wideo, koniec "cenzury" telewizyjnej
35. Zmiana stylu, niezależność od producenta
36. Wejście na Youtube a tym samym zwiększenie interakcji z widzami
37. Przejście na platformę YT dało panu Robertowi swobodną rękę co do stylu prowadzenia programu
38. Nie widzę różnicy
39. Być może zmiana władzy
40. Zmiana stylu
41. Brak ograniczeń czasowych.
42. Przejście z tv na yt
43. dłuższe programy
44. Niezależność, brak narzuconych wytycznych
45. Wydarzenia polityczne na świecie.
46. Nie mam opinii
47. Wydaje się że zyskał większą wolność w tym co robi
48. Zmiana stylu i sposób wypowiadania się, widać brak ograniczenia wynikającego z norm telewizyjnych
49. Twórczość na you tubie
50. Zmiana czasów, musiał dostosować się do zmieniającego się świata aby pozostać w sferze zainteresowań odbiorców, zmieniła się jego grupa docelowa
51. Głównie wyrzucenie z Telewizji Polskiej oraz pandemia koronawirusa.
52. Nie wiem
53. .
54. Nie wiem

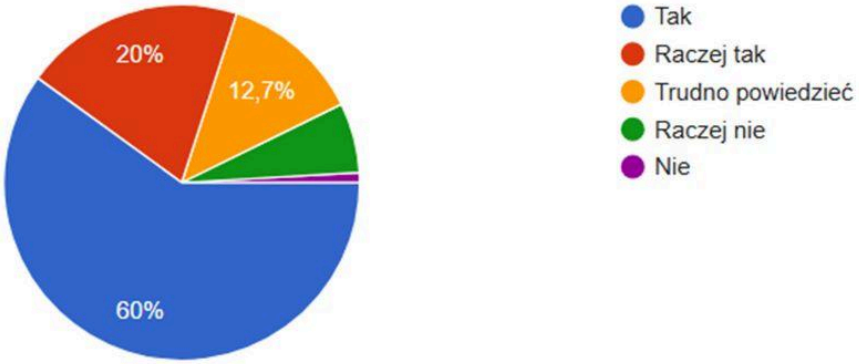
Czy Twoim zdaniem Robert Makłowicz dobrze dopasowuje się do zmieniających się oczekiwań widzów?

110 odpowiedzi



Czy według Ciebie media społecznościowe wpłynęły na popularność Makłowicza?

110 odpowiedzi



Czy widzisz jakieś ograniczenia lub minusy obecności Roberta Makłowicza w internecie?

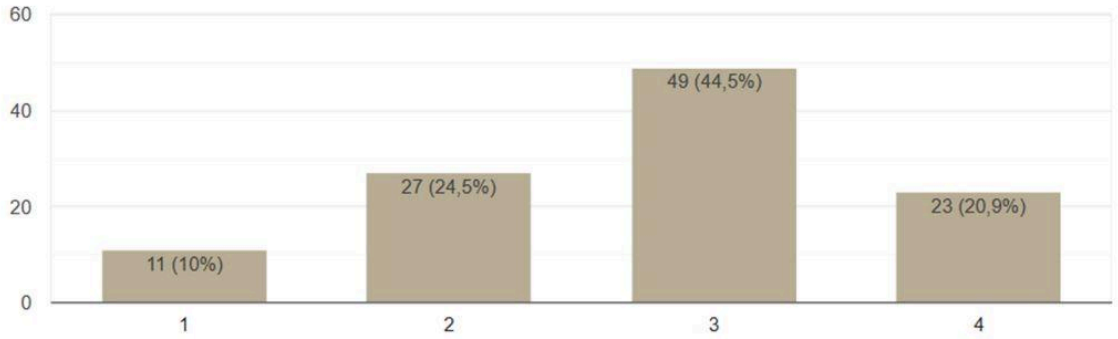
28 odpowiedzi

1. Nie
2. nie
3. Nie widzę
4. Nie widze
5. Żadnych minusów nie widzę
6. Większy zasięg widzów spowodował, że miejsca przez niego odwiedzane cieszą się zbytnią popularnością, przez co są zalewane przez śledzących go fanów. Przykładem tego jest konoba Portun w Dalmacji, która po wypromowaniu jej przez R. Makłowicza, stała się miejscem pielgrzymek polskich turystów, straciła dużo na autentyczności z powodu ukierunkowania się na turystę z Polski
7. Ponownie, "samowystarczalność" oznacza konieczność przyjmowania większej ilości kontraktów reklamowych, na czym (w mniejszym stopniu) cierpią treści na jego kanale youtube, a także jego wizerunek (w większym stopniu) w przestrzeni publicznej, gdyż Pan Robert staje się twarzą większej liczby produktów i coraz bardziej kojarzony jest w przestrzenią reklamową.
8. Nie widzę minusów. Nie rozumiem pytania - o jakie ograniczenia jego obecności może chodzić?
9. Więcej krótszych treści aby dotrzeć do młodych ludzi,
10. Duża część jego odbiorców zna go głównie z telewizji
11. Nie widzę.
12. .
13. Widzowie, którzy wcześniej oglądali go w TVP (często osoby starsze), mogą mieć ograniczony dostęp do internetu lub nie korzystają z YouTube. To może zawęzić grupę odbiorców.
14. Nie oglądam
15. Minusów nie, są same plusy;)
16. Nie widzę żadnych
17. Komercjalizacja treści
18. Chyba nie

19. Nie mam pojęcia
20. Nie
21. Postępująca komercjalizacja - udział w reklamach których głównym atutem jest sama obecność osoby p. Roberta
22. Ograniczenia tak: cięcie zasięgów.
23. Raczej nie
24. Nie.
25. Nie oglądam w internecie, nie wypowiem się
26. Forma sponsoringu przez partnerów i ich reklamy w treściach jest irytująca. No, ale taki mamy jutub
27. Przyzwyczajony jestem to telewizji tradycyjnej
28. Na pewno się jakieś znajdą, ale nie mam pojęcia, jakie mógłbym podać.

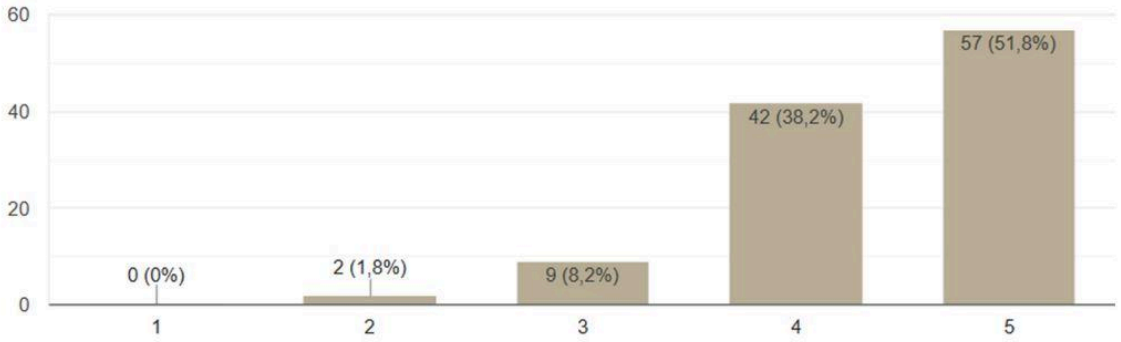
Jak jego programy wpłynęły na Twoje zainteresowanie kuchnią lub podróżami?

110 odpowiedzi



Jak oceniasz wkład Roberta Makłowicza w popularyzowanie kuchni i kultury?

110 odpowiedzi



Czy masz swoje ulubione odcinki lub momenty z programów Roberta Makłowicza? *Jeśli tak, podaj przykłady.*

59 odpowiedzi

1. Nie
2. Koperkowy piesek
3. Seria/Serie z Dalmacji, odcinki z gotowania w domu, odcinki z Beskidu Wyspowego
4. Odcinki z Włoch
5. Bardzo lubię całą serię z Dalmacji. Trudno wskazać ulubiony moment.
6. raczej są to momenty które stały się memami w internecie, np. z pieskiem jedzącym koperek
7. Zdecydowanie odcinek z Lüneburga. Pojechałem tam osobiście. Ale to też dlatego że zrobiłem z tego dźwigowy mem w 2014, do dziś znajomi mi wysyłają wszystko o Makłowiczu na co się natkną.
8. To będzie zdrowy piesek
9. Lubię słuchać jak opowiada o kulturze, miejscu w którym jest. Nawet jeśli prezentowanego dania nigdy nie ugotuje, i tak mogę obejrzec taki odcinek i dowiedzieć się czegoś nowego.
10. Bałkany, Chorwacja,
11. EEEEEEE 104
12. Pies i koperek
13. Każdy z jego odcinków jest ciekawy ale mój ulubiony moment to jak ktoś wolacił pieniądze a Małkowicz „Jeezu, ale to jak to, za co" Patrząc na dzisiejsze czasy niesamowicie się utożsamiam i chodzę i ciągle to powatarzam
14. Raczej nie
15. EEEEEE Dźwig
16. "fiu fiu fiu fiu fiu ekstra"

17. Jeśli miałabym wybrać jeden to będzie to odcinek Dolna Saksonia - Luneburg, będący pierwszym odcinkiem serii EEE, który zawierał legendarny już DŹWIG, ale każdy odcinek jest dla mnie wyjątkowy i jest moim ulubionym <3
18. Odcinek, w którym pokazuje swój dom w Chorwacji. Bardzo go lubię, oglądałem go już kilka razy, mimo, że nic nowego się tam przecież nie pojawia
19. .
20. Kocham odcinek gdzie karmił psa koperkiem
21. Podróż po balkanach
22. Ależ on żre koperek
23. Najbardziej lubię Q&A gdzie możemy go poznać. Mało osób wie, że udzielał głosu w bajce Mami Fatal o tematyce kulinarnej dla dzieci, świetna jest też jego twórczość w zakresie dubbingu w utworach audiowizualnych (Baltazar Gąbka), memiczne momenty, uwielbiam też gdy porusza ważne tematy społeczne i polityczne
24. Momenty, gdzie mówi o lokalnym winie. Za każdym razem opowiada z zachwytem o regionalnym trunku o pięknym, słomkowym kolorze.
25. Ależ ten piesek żre koperek!! I ten fragment z kotkiem (bodajże we Włoszech lub tego typu kraj) gdzie Makłowicz podkładał kotu różne smaczki i ten sobie wybrał w końcu coś co mu posmakowało.
26. Moment z psem jedzącym koperek
27. Paanie, kto by to zliczył
28. Pamiętam tylko ten z pieskiem co żarł koperek
29. Odcinek z dziecmi jaj robibim jajecznice.
30. Mój ulubiony to ten gdzie pies je koperek (jestem fanką śmiechu Pana Makłowicza)
31. Seria z Dalmacji, odcinki z browarem Fortuna
32. Nie, nie mam.
33. Zagadka: co jest - nie świeci i nie mieści się w dupie? Odpowiedź: sowiecki przyrząd do świecenia w dupie
34. Program na YouTube o Kolumbii oraz o Wietnamskiej Warszawie
35. Seria z wyprawą do Kolumbii na YouTube
36. Tajskie placuszki kukurydziane
37. W każdym odcinku jest coś ciekawego, trudno sprecyzować i wybrać konkretny przykład
38. piesek jedzący koperek
39. Generalnie trudno jest wybrać ulubione odcinki, ponieważ każdy jest oryginalny i wciągający. Natomiast najbardziej lubię momenty, gdy dzieje się coś zaimprowizowanego lub nie do końca zaplanowanego w scenariuszu, np. gdy ktoś podchodzi i wywiązuje się konwersacja między Robertem a tą osobą, albo ekipa trafia na jakieś spontaniczne wydarzenie na ulicy, lub mają miejsce sceny takie jak "przecież to się nagrywa". Świadczy to o autentyczności i umiejętności improwizacji, a przy okazji dodaje klimatu odcinkom.
40. Makłowicz w Polsce, Makłowicz w podróży
41. Bałkany
42. Nie
43. Większość autorskich interpretacji muzycznych oraz fragment z podróżą na ostry dyżur
44. Seria o kuchni polskich gór i pogórza.
45. Odcinki z Dalmacji oraz Azji. Ulubione momenty to eeeeeee papryka, ale tak na poważnie to gdy gotuje.
46. koperkowy pies
47. Ey, koperek
48. Bububu bibibi
49. Chorwacja
50. Stare odcinki z terenu Austrii-Węgier.
51. 0
52. Jak karmił psa koperkiem, jeden z kultowych momentów dla jego kariery w internecie, który jest wciaż żywy.
53. Koperkowy pies <3
54. Pies żre koperek hihiih
55. Wszystkie są arcyciekawe i trudno wybrać najlepsze momenty
56. myśle ze moje ulubione to wycinki z programów, które często są na tiktoku
57. Kot który gardzi zieleniną; pies, który je koperek
58. Makłowicz pływający z delfinami <3
59. Programy Roberta Makłowicza mają mnóstwo świetnych odcinków i momentów. Największy sentyment mam do odcinka o Lüneburgu, ale z ważnych momentów również koperkowy piesek, który mocno przyczynił się do popularności Pana Roberta.